



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

La Universidad Católica de Loja

## **ÁREA ADMINISTRATIVA**

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**“Análisis y puesta en valor del Turismo de Congresos y Convenciones en la  
ciudad de Loja, año 2014”**

TRABAJO FIN DE TITULACIÓN

**AUTORES:** Ruiz Silva, Andrea Elizabeth

Astudillo Camacho, Diego Fabricio

**DIRECTOR:** Mora Jácome, Verónica Lucía, Ing.

LOJA – ECUADOR

2014

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Magister.

Verónica Lucía Mora Jácome.

### DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: **Análisis y puesta en valor del Turismo de Congresos y Convenciones en la ciudad de Loja, año 2014** realizado por, **Astudillo Camacho Diego Fabricio y Ruiz Silva Andrea Elizabeth**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, septiembre de 2014

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Astudillo Camacho, Diego Fabricio y Ruiz Silva, Andrea Elizabeth** declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de titulación: **Análisis y puesta en valor del Turismo de Congresos y Convenciones en la ciudad de Loja, año 2014**, de la Titulación de **Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** siendo **Mora Jácome Verónica Lucía** director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

**Autor:** Astudillo Camacho Diego Fabricio

**Cédula:** 1104033814

f).....

**Autor:** Ruiz Silva Andrea Elizabeth

**Cédula:** 1104748635

## DEDICATORIA

Esta tesis la dedico:

A mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

A mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome con una palabra de aliento en los momentos difíciles.

Fabricio Astudillo

Dedico esta tesis a todas las personas quienes me apoyaron durante mi carrera universitaria, en especial a mis padres quienes siempre me brindaron toda su ayuda y apoyo incondicional para que pueda cumplir todas mis metas.

Con mucho cariño,

Andrea Ruiz

## AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi directora de tesis, Magister Verónica Mora por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

“Te daré gracias, Señor mi Dios, con todo mi corazón, y glorificaré tu nombre para siempre. Porque grande es tu misericordia para conmigo.....” Salmo 86:12-13

Fabricio Astudillo

Mis agradecimientos están dirigidos primeramente a Dios por haberme guiado a lo largo de mi formación universitaria, y a toda mi familia por estar en todo momento, en especial a mis padres por toda su paciencia y apoyo brindado siempre.

A todos mis profesores por todos los conocimientos impartidos durante mi etapa universitaria y de forma especial a mi directora de tesis, la Ing. Verónica Mora por la confianza y la oportunidad de desarrollar y culminar con mi tesis profesional.

Andrea Ruiz.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	I
Certificación	II
Declaración de Autoría y Cesión de Derechos	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice de contenidos	VI
Tabla de contenidos	VII
Índice de tablas	VIII
Índice de gráficos	VIII

## TABLA DE CONTENIDO

RESÚMEN EJECUTIVO.....	- 1 -
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
METODOLOGÍA.....	5
CAPITULO I.....	6
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS.....	6
1. Análisis global del Turismo de Congresos y Convenciones.....	7
1.2 Estadísticas de Eventos.....	10
2. Análisis del Turismo de Convenciones y Congresos en el contexto nacional (Quito, Guayaquil y Cuenca).....	11
2.4 Estadísticas de Eventos.....	15
2.5 Tipos de destinos turísticos de convenciones y congresos.....	16
3. Análisis del Turismo de Convenciones y Congresos a nivel local.....	18
3.1 Estadísticas de Eventos.....	20
CAPÍTULO II.....	21
PERFIL DEL TURISTA DE CONVENCIONES Y CONGRESOS.....	21
2.1 Resultados cuantitativos.....	22
2.2 Análisis de resultados.....	22
2.2.1 Edad.....	22
2.2.2 Género.....	23
2.2.3 Nacionalidad.....	24
2.2.4 Ciudad de procedencia.....	25
2.2.5 En promedio ¿Cuánto gasta cada día por persona?.....	26
2.2.6 ¿Qué medio de hospedaje utiliza usted en la ciudad de Loja?.....	27
2.2.7 ¿Cuáles son los medios de transporte que utilizó para llegar a la ciudad de Loja?.....	28
2.2.8 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los servicios prestados en la ciudad (Alimentación, transporte, hospedaje)?.....	29
2.2.9 ¿Cuál es su principal interés durante su estancia en Loja?.....	30

2.2.10 ¿Cuál es la actividad de distracción que realiza en Loja además de las correspondientes al evento?.....	31
2.2.11 ¿Ha asistido a eventos realizados en la ciudad Loja?.....	32
2.2.12 ¿En qué tipo de evento ha participado? .....	33
2.2.13 ¿Ha asistido a este tipo de eventos en otra ciudad del país? .....	34
2.2.14 ¿Con qué frecuencia asiste usted a este tipo de eventos? .....	35
2.2.15 ¿Hubiera preferido que el evento se realice en otras ciudades sede? .....	36
2.2.16 ¿Califique la calidad de las actividades dentro del evento? .....	37
2.2.17 Seleccione el componente que alcanzó sus expectativas del evento .....	38
2.2.18 ¿Para usted cuál sería el mejor lugar para realizar un evento en Loja? .....	39
2.2.19 ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual preferiría recibir información sobre los eventos que se realizan en Loja? .....	40
2.3 Perfil del turista de Congresos y Convenciones .....	41
2.3.1 Preferencias.....	41
Frecuencia de asistencia al mejor lugar para realizar eventos en Loja.....	44
2.3.2 Gastos.....	45
2.3.3 Transportación .....	46
2.3.4 Ocio .....	47
2.3.5 Satisfacción.....	49
2.4 Resultados cualitativos.....	51
2.4.1 Análisis de resultados de las encuestas .....	51
Capítulo III .....	56
Diseño de la propuesta para la puesta en valor del Turismo de.....	56
Congresos y Convenciones en la ciudad de Loja año 2014.....	56
3. Creación de Buró de Congresos y Eventos en alianzas con empresas públicas y privadas generadoras de Turismo en Loja.....	57
3.1 Propuesta para la creación de un Buró de Congresos y Eventos, que incentive el Turismo de negocios en la ciudad de Loja. ....	57
3.1.1 Datos Informativos.....	57
3.1.2 Antecedentes de la Propuesta .....	58
3.1.3 Justificación .....	58
3.1.4 Objetivos de la Propuesta .....	59



3.1.5 Desarrollo de la Propuesta .....	59
3.2 Propuesta para el funcionamiento de un Buró de Congresos y Eventos en la ciudad de Loja. ....	60
3.2.1 Planeamiento Estratégico .....	61
3.2.2 Visión .....	61
3.2.3 Misión.....	61
3.2.4 Diagnóstico situacional .....	61
3.2.5 Análisis FODA .....	61
3.2.6 Matriz FODA .....	62
3.2.8 Objetivos estratégicos.....	65
3.2.9 Objetivo general .....	65
3.2.10 Objetivos específicos.....	65
3.2.11 Plan de acción .....	65
3.2.12 Distribución operativa.....	65
3.2.13 Organigrama.....	66
3.2.14 Funciones del Buró de Congresos y Eventos.....	67
3.2.15 Sustentación económica .....	67
3.2.16 Beneficios que ofrece el buró de visitantes y convenciones a sus miembros. ....	70
3.2.17 Fuentes de ingreso económico .....	71
3.2.18 Marco presupuestario general anual .....	71
3.2.19 Ubicación sectorial y física .....	73
4. Cronograma de actividades para generar eventos en Loja.....	73
CONCLUSIONES .....	76
RECOMENDACIONES .....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS .....	83
1. Formato de encuestas.....	83
2. Formato de Entrevista.....	88
3. Entrevistas.....	89
4. Imágenes de entrevista.....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadísticas de eventos mundiales .....	10
Tabla 2. Estadísticas de eventos Quito .....	15
Tabla 3. Estadísticas de eventos Guayaquil .....	15
Tabla 4. Estadísticas de eventos Cuenca.....	28
Tabla 5. Estadísticas de eventos C.C. Loja.....	20
Tabla 6. Estadísticas de eventos UTPL .....	20
Tabla 7. Edad según el tipo de eventos que han participado .....	41
Tabla 8. Porcentaje de ocupación en hospedaje.....	42
Tabla 9. Medio de preferencia de recibir información de eventos según la edad .....	43
Tabla 10. Frecuencia de asistencia al mejor lugar para realizar eventos en Loja.....	44
Tabla 11. Gasto promedio por día según la edad .....	45
Tabla 12. Medio de transporte más utilizado según su procedencia .....	46
Tabla 13. Principal interés durante su estancia en Loja según su edad .....	47
Tabla 14. Actividad de distracción extra eventos según edad.....	48
Tabla 15. Satisfacción de servicios prestados en Loja según asistencia a eventos .....	49
Tabla 16. Satisfacción del servicio prestado en eventos .....	50
Tabla 17. Matriz FODA .....	62
Tabla 18. Categorías de miembros del Buró de Congresos y Eventos .....	69
Tabla 19. Presupuesto para el funcionamiento del Buró de Congresos y Eventos.....	71
Tabla 20. Cronograma de actividades mensuales para Eventos en la ciudad de Loja .....	74

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO Nº 1</b> Edad de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL.....	22
<b>GRÁFICO Nº 2</b> Género de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL .....	23
<b>GRÁFICO Nº 3</b> Nacionalidad de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL.....	24
<b>GRÁFICO Nº 4</b> Ciudad de procedencia de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL .....	25
<b>GRÁFICO Nº 5</b> Gasto por día de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL.....	26
<b>GRÁFICO Nº 6</b> Tipo de hospedaje de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL	27
<b>GRÁFICO Nº 7</b> Medios de transporte de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL .....	28
<b>GRÁFICO Nº 8</b> Satisfacción de servicios en eventos en centro de convenciones UTPL .....	29
<b>GRÁFICO Nº 9</b> Satisfacción de servicios prestados en eventos en centro de convenciones UTPL .....	30
<b>GRÁFICO Nº 10</b> Actividades de distracción de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL .....	31
<b>GRÁFICO Nº 11</b> Asistencia a eventos en Loja de participantes a reuniones en centro de convenciones UTPL.....	32
<b>GRÁFICO Nº 12</b> Participación tipo de eventos de los asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL.....	33
<b>GRÁFICO Nº 13</b> Asistencia a otros eventos de participantes a reuniones en centro de convenciones UTPL.....	34
<b>GRÁFICO Nº 14</b> Frecuencia de asistencia a eventos de participantes en centro de convenciones UTPL.....	35
<b>GRÁFICO Nº 15</b> Preferencia para sede de los asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL .....	36
<b>GRÁFICO Nº 16</b> Satisfacción del evento de asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL .....	37
<b>GRÁFICO Nº 17</b> Expectativa del evento de asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL .....	38
<b>GRÁFICO Nº 18</b> Preferencias de los centros de reuniones de asistentes al centro de convenciones UTPL.....	39
<b>GRÁFICO Nº 19</b> Preferencias de recibir información de evento en la ciudad de Loja.....	40
<b>GRÁFICO Nº 20</b> Organigrama organizacional del Buró de Congresos y Eventos .....	66

## RESÚMEN EJECUTIVO

EL presente trabajo es una investigación del Turismo de Eventos en la ciudad de Loja, iniciando con un análisis del Turismo de reuniones y los destinos a nivel internacional, nacional y local, así como también datos estadísticos de los eventos realizados en Quito, Guayaquil y Cuenca. Estos fueron recopilados de la base de datos que generan los principales organizadores de eventos en cada ciudad.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los participantes de eventos realizados por la UTPL desde el mes de marzo a mayo del 2014, con el objetivo de obtener el Perfil del Turista de Congresos y Eventos analizando sus preferencias.

Finalmente, se presentan dos propuestas para el impulso del Turismo de Eventos en Loja. La primera consiste en la creación de un Buró de Congresos y Eventos, para lo cual se realizaron entrevistas con actores del turismo en la ciudad para conocer su interés y participación en dicho Buró. Y la segunda propuesta es la creación de un cronograma de actividades mensuales con los principales sectores con el fin de impulsar eventos en Loja.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo de eventos, turista de negocios, Buró de Congresos.

## **ABSTRACT**

This paper presents an investigation about the Meetings and Business Tourism in Loja, starting with an analysis of this type of tourism and its main destinations at the international, national and local level, as well as statistical information of the events realized in the main cities of the country, as Quito, Guayaquil and Cuenca. This information has been collected from the databases that the main event organizers generate each year.

Then are presented the results of the surveys administered to the participants of the events realized by the UTPL from March to May 2014, in order to obtain the profile of the business tourists and its preferences.

Finally, two types of proposals are presented in order to promote the business tourism in Loja. The first one consists on the creation of a Bureau of Events and Congress, for which surveys to the main actors of tourism of the city has been realized in order to know their interest and disposal to participate with the Bureau. And finally the second one is about the creation of a schedule of activities with the main sectors to impulse the Business Tourism in Loja.

Key words: Business tourism, business tourist, Bureau.

## INTRODUCCIÓN

Según (SECTUR, 2011) la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos en su publicación sobre Turismo de Reuniones de Negocios afirma que:

El Turismo de Reuniones y Negocios es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. A saber: convenciones, congresos, viajes de incentivo, ferias y exposiciones.

Una de las ramas del Turismo de Negocios es el Turismo de Convenciones y Congresos, el cual (Rodríguez, 2001) define como una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio

El presente proyecto está enfocado al análisis de la situación actual del Turismo de Congresos y Eventos en la ciudad de Loja mediante la identificación de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, las cuales nos permitirán realizar un análisis profundo del desenvolvimiento, la planificación y ejecución de convenciones y congresos realizados a nivel local, para entender la problemática a la cual se han enfrentado los mismos, y posteriormente llegar a establecer una propuesta que se traduzca en un conjunto de estrategias para potenciar y posicionar la ciudad de Loja como un destino apto para el desarrollo del Turismo de Congresos y Eventos.

Este proyecto servirá como una herramienta que contribuye al progreso económico, social y académico de la ciudad y a la dinamización de los principales actores públicos y privados del turismo en Loja.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Posicionar a la ciudad de Loja como un destino apto para el Turismo de Congresos y Eventos.

### **Objetivos específicos:**

- Realizar un diagnóstico sobre el desenvolvimiento del turismo de congresos en el Ecuador en general y en Loja en particular.
- Definir y analizar el perfil del turista de convenciones y congresos
- Diseñar la propuesta de la puesta en valor del Turismo de Congresos y Convenciones en la ciudad de Loja año 2014.

## **METODOLOGÍA**

### **Tipo de estudio**

El presente proyecto se enmarca mediante la investigación documental y de campo.

### **Método de Investigación**

- Método analítico:
- Método descriptivo

### **Técnicas e instrumentos**

Para el desarrollo del primer objetivo que es el diagnóstico sobre el desenvolvimiento del turismo de convenciones en el Ecuador en general y en Loja en particular se utilizará la recopilación de información y fuentes bibliográficas.

Para el segundo objetivo que el análisis del perfil de turista de congresos y eventos se utilizará la recopilación de información obtenida de las bases de datos e informes de los estudios que se han realizado a nivel local y estadísticas de los resultados de las encuestas para en base a esto analizar el perfil y las preferencias del turista de convenciones y congresos

Para el desarrollo del tercer objetivo, en base al análisis de la problemática analizada anteriormente y tomando en consideración las potencialidades, se establecerá la propuesta y las estrategias a aplicarse para conseguir los objetivos planteados en el presente proyecto.

### **Tratamiento de la Información**

Para el tratamiento de la información nos apoyaremos en el uso de la información registrada en la base de datos de la Unidad de Congresos y Eventos de la UTPL, además de consultas realizadas mediante links de internet e investigación bibliográfica y consultas en las fuentes de información de las entidades relacionadas al turismo como lo son el MINTUR, CAPTUR, ITUR y entes privados como AHOTEL, ORL, DISBAR etc.

Las técnicas para la presentación de la información son las siguientes: análisis, comparaciones, porcentajes, programa de estadística e información SPSS.



## **CAPITULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS**

## 1. Análisis global del Turismo de Congresos y Convenciones.

El Turismo de Congresos y Convenciones está normalmente asociado al Turismo de Negocios, siendo su segmento más importante, el cual a su vez constituye un importante elemento dentro de la industria turística. A diferencia de otras modalidades de turismo, el Turismo de Congresos y Convenciones tiene como principal actividad los negocios antes que el ocio, aunque dentro de esta modalidad de turismo, el ocio está considerado como un elemento substancial. La disponibilidad de grandes centros de convenciones y la imagen de la ciudad es también un factor muy importante para el desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos, por lo que muchas ciudades los consideran en sus construcciones dentro de sus esquemas de reurbanización para mejorar su imagen.

El Turismo de Congresos y Convenciones, “tiene sus orígenes en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. No obstante no será hasta bien entrada la segunda mitad de este siglo cuando se reconozca realmente la denominada “industria de reuniones” y su trascendencia para el desarrollo de las ciudades y sus entornos territoriales.” (Bigné, 2008)

Esta modalidad de turismo ha experimentado un importante crecimiento desde el año 1960 hasta la actualidad, y principalmente durante la última década siendo hoy en día una verdadera potencia turística mundial. Sus orígenes se dieron principalmente en Europa y América del Norte, sin embargo fue en Asia en donde se constató un rápido crecimiento de esta modalidad de turismo a finales de los 80. Así mismo el número de destinos ha aumentado considerablemente, sin embargo Europa y América del Norte son hoy en día las principales sedes de muchas asociaciones internacionales que organizan eventos a nivel mundial. (revistabuenviaje.com)

El Turismo de Congresos y Convenciones es uno de los segmentos más importantes de la rama del turismo ya que se considera un factor clave para el desarrollo económico y turístico de un país o de una región.

Según las estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, 2013) a nivel internacional el Turismo de Congresos y Convenciones se encuentra mayormente desarrollado en países como U.S.A., Alemania y España ubicándose en los tres primeros lugares en el ranking a nivel mundial con 829, 722 y 562 eventos realizados

al año respectivamente, siendo U.S.A. el país líder en el desarrollo del Turismo de Convenciones y Eventos. Dentro de los primeros 10 países que más eventos realizan se encuentran también Francia, Reino Unido y Brasil, siendo este último el único país de América que más eventos realizó en el año 2013, teniendo como principal aporte turístico y económico esta modalidad de turismo.

Por otra parte, refiriéndonos a las ciudades que tienen un amplio desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos a nivel mundial podemos encontrar a Paris con 204 eventos realizados en el 2013, ubicándose en el primer lugar del ranking y manteniendo la competencia desde el 2008 con Viena. Seguidamente se encuentran Madrid y Viena con 186 y 182 eventos respectivamente. En lo que respecta a ciudades pertenecientes al continente americano, no existe ninguna ciudad dentro del top 10, siendo así que Buenos Aires aparece en el puesto N°14 con 113 eventos. Analizadas estas estadísticas correspondientes al año 2013, nos podemos dar cuenta del gran dominio de las ciudades europeas en el desarrollo del Turismo de Convenciones y Congresos en la última década.

Dentro del ranking de los países Latino y Norte Americanos año 2012 se encuentra U.S.A liderando con 833 eventos seguido de Brasil con una amplia diferencia de 360 eventos y Canadá en el tercer lugar con 273 eventos. Dentro del top 10 se ubica también Argentina y Colombia como los países más desarrollados en el Turismo de Convenciones y Congresos después de Brasil. Ecuador se posiciona en el puesto 10 con 43 eventos, los cuales se desarrollan mayormente en la ciudad de Quito, que es la ciudad más receptora de eventos de carácter internacional del país, ubicándose con 29 eventos en el puesto 19 del ranking de ciudades Latinas y Norte Americanas. (hosteltur.com, 2014)

### **1.1 Tipos de destinos turísticos de convenciones y congresos (a nivel mundial).**

Como es conocido el Turismo de Convenciones y Congresos es una de las principales segmentos de la industria del turismo y una importante actividad que rige de la economía de los países a nivel mundial, es por eso que en las grandes y principales ciudades del mundo se encuentra altamente desarrollado, en especial en el continente europeo que es en donde se realiza mayormente este tipo de turismo.

El Turismo de Convenciones y Congresos además de centrarse en la realización de visitas profesionales o reuniones de negocios, se basa también en la actividad turística propiamente dicha, es decir, las actividades anexas de distracción y esparcimiento en la

ciudad en donde se realizan las convenciones y congresos. Por lo tanto los turistas de convenciones y congresos tienen intereses también en el turismo por lo que a la hora de elegir el destino se tienen en cuenta muchos factores como lo son la estructura de la ciudad, fácil movilidad dentro del mismo, la acogida y prestigio que este tenga a nivel internacional, espacios turísticos reconocidos, actividades que se desarrollan en la ciudad y demás aspectos importantes que marcan la visita del turista de congresos y convenciones a su destino elegido.

Ciudades modernas como es el caso de Madrid, que es una de las principales ciudades de Europa, atraen la mayoría de turistas de congresos y convenciones debido a que cuenta con un amplio número de auditorios y salas de convenciones y congresos, palacios en donde se realizan gran cantidad de eventos; principalmente de negocios, y recintos en donde se realizan ferias, los cuales están modernamente equipados con las últimas tecnologías. Además su planta turística está ampliamente desarrollada y capacitada para la acogida de millones de turista de negocios que se concentran en la ciudad atraídos por su importancia a nivel mundial.

Además de todos estos factores que son muy importantes para el turista de congresos y convenciones, hay otro factor muy influyente que hace que Madrid sea un destino atractivo para el turista. El Madrid Covention Bureau es una entidad que colabora significativamente al desarrollo de esta actividad turística dentro de la ciudad y del país, trabajando conjuntamente con los profesionales del sector turístico, brindando información correspondiente a infraestructura, presupuesto según el tipo de evento y canalizando comercialmente las reuniones a las empresas con las que se encuentra asociado.

Todos estos factores mencionados han hecho que España y su capital sean tomados en cuenta como principales opciones a la hora de elegir el destino turístico de convenciones y congresos.

Otros destinos que cuentan con similares características que desarrollan el Turismo de Convenciones y Congresos y que son tomados en cuenta por los turistas son ciudades importantes de Europa como Barcelona, París, Viena y Ámsterdam, las cuales no por coincidencia se encuentran dentro del top 10 del ranking de la ICCA; así como también ciudades del continente americano como Buenos Aires y Sao Paulo. (hosteltur, 2014)

## 1.2 Estadísticas de Eventos.

**Tabla 1.** Estadísticas de eventos mundiales

Rango	País	# Reuniones	Rango	Ciudad	# Reuniones
1	EE.UU.	829	1	París	204
2	Alemania	722	2	Madrid	186
3	España	562	3	Viena	182
4	Francia	527	4	Barcelona	179
5	Reino Unido	525	5	Berlín	178
6	Italia	447	6	Singapur	175
7	Japón	342	7	Londres	166
8	China y PR	340	8	Estambul	146
9	Brasil	315	9	Lisboa	125
10	Países Bajos	302		Seúl	125
11	Canadá	290	11	Praga	121
12	República de Corea	260	12	Ámsterdam	120
13	Portugal	249	13	Dublín	114
14	Austria	244	14	Buenos Aires	113
15	Suecia	238	15	Bruselas	111
16	Australia	231	16	Copenhague	109
17	Argentina	223	17	Budapest	106
18	Turquía	221	18	Beijing	105
19	Bélgica	214	19	Roma	99
20	Suiza	205	20	Bangkok	93
				Estocolmo	93
				Sydney, NSW	93

**FUENTE:** ICCA 2013

**ELABORACIÓN:** Los autores

## **2. Análisis del Turismo de Convenciones y Congresos en el contexto nacional (Quito, Guayaquil y Cuenca).**

El Turismo en Ecuador esta operado por El Ministerio de Turismo, que es la entidad encargada de manejar un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”, dentro de este, se encuentra el Turismo de Convenciones y Congresos (Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias) y este proyecto propone tres ciudades que se han convertido en destinos clave para las reuniones de negocios, convenciones y congresos, y estas son:

Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo,

Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura,

Guayaquil, puerto principal y desarrollo urbano de América

### **2.1 Guayaquil.**

Ecuador y Guayaquil, específicamente, tienen un alto potencial para ser sedes de eventos. En el caso de esta ciudad, “se puede abarcar un promedio de 500 a 700 personas, porque es la capacidad instalada con la que se cuenta ahora. En algunos y contados casos se puede llegar albergar certámenes con más de 1000 asistentes”, según Paola Gálvez, (Subsecretaria de Turismo, 2012)

Después de esto no es extraño que Expo Guayaquil, empresa encargada de administrar el Centro de Convenciones de Guayaquil Simón Bolívar (Ccgsb), inaugurado en 2007, apunte al segmento de las convenciones que lo convierten en el lugar más grande del país dedicado a ese rubro, que en 2011, este sitio de convenciones celebró 680 encuentros; donde actualmente se realizan alrededor de 700 eventos al año, con una visita promedio de 700 mil personas ( (Ccgsb, 2012)).

De acuerdo a cálculos del Centro de Convenciones Simón Bolívar de Guayaquil, las citas internacionales celebradas en la ciudad han movilizado una inversión de entre \$2 millones y \$3 millones. Parte de esta inversión: del 5% al 10% representa el alquiler del espacio físico; un porcentaje similar en equipos técnicos; entre el 20% y el 30% va al segmento hoteles; un 20% se utiliza en otros servicios (tecnología, traducción simultánea,

decoración, publicidad), y finalmente, un 30% va a consumos varios en Guayaquil y turismo.

En los cinco años de existencia del Centro de Convenciones se han registrado 3,5 millones de visitantes, con un promedio de 800 mil personas por año. (Salcedo Andrea, jefe de mercadeo de Expo Guayaquil. 2012)

El Centro de Convenciones no es el único sitio de negocios, las otras plazas que entran a competir son El Palacio de Cristal y los salones de hoteles Hilton Colón, Oro Verde y Sheraton, donde se organizan desde un bingo hasta congresos y conferencias internacionales además Salinas Con una oferta hotelera de primer orden y una exquisita gastronomía, han sido sede de medianos pero importantes eventos internacionales y reuniones corporativas y es escogida con mayor frecuencia como destino para el turismo de reuniones.

## **2.2 Quito.**

Quito se ha constituido el puerto de entrada del 70% de pasajeros, por vía aérea, al Ecuador, ya que su ubicación geográfica la hace un punto de influencia a todas las provincias ecuatorianas.

La ciudad de Quito cuenta con una infraestructura y capacidad instalada para la realización de actos que, considerando la oferta de los distintos competidores, es la adecuada.

Existen compañías operadoras especializadas en el manejo de congresos, convenciones y operadores turísticos que están en capacidad de manejar actos con un elevado número de participantes. Estas instituciones se esfuerzan por planificar, producir y ejecutar actividades, para captar nuevas audiencias. Cuenta con más de 40 mil metros cuadrados de uso potencial para ferias.

Mediante el trabajo del Buró de Convenciones, Quito ha escalado de manera sostenida en el ranking de ciudades-sede en el último quinquenio. Actualmente es una de las sedes preferidas en la región por su riqueza patrimonial, la excelencia en servicios para el turismo especializado y por su condición de fácil acceso desde cualquier lugar del mundo.

El turismo de actividades y viajes de incentivos ha tenido, en los últimos años, un sostenido crecimiento, y son las modalidades que más ingresos reportan de manera proporcional en el conjunto de la actividad turística.

En 1997, el turismo de programas reportó casi \$170 millones, cifra que a fines de 1999 se ubicó en \$280 millones.

Mientras que, en 2000, se realizó en Quito una reunión internacional; en 2010, el número aumentó a 19, lo que significa un crecimiento del 1 900% los eventos internacionales que se consideran deben tener una rotación mínima de tres países distintos y tener un mínimo de 50 participantes internacionales. (ICCA, 2012)

Por su parte, el Buró de Convenciones e Incentivos de Quito trabaja arduamente para posicionar a la ciudad como un destino ideal para eventos internacionales. Gracias a su gestión, se ha logrado que aumenten cada año los eventos realizados; Siendo así que en el 2012, el 25% del total de visitantes a Quito correspondió al turismo de negocios y eventos; es decir un promedio de 130.000 personas, y la principal razón o motivo de este turista para visitar Quito es trabajo o negocios (55%) reuniones (19%), eventos (11%) y como referente el país de mayor captación es Colombia con 37% de turistas de negocios el 15% corresponde a Ecuador con visitantes que llegan de otras ciudades, diferentes a Quito. (Quito en cifras, 2012 - 2013)

### **2.3 Cuenca.**

La ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, ciudad llena de historia, tradiciones, riquezas culturales, arquitectónicas y paisajísticas, cuna de grandes poetas y artistas de renombre internacional, se convierte en una sede potencial para el desarrollo de eventos de diversa índole, claro que se está recalando que la ciudad en sí es una ciudad pequeña pero con mucho que ofrecer al turista de eventos, ya que cuenta con todas las facilidades como son por vía aérea con 5 aerolíneas que efectúan vuelos regulares a las ciudades principales del Ecuador, las cuales son Tame, Aerogal, Lan, Lac y Air Cuenca, que mueven alrededor de 1.500 personas diariamente. Por vía terrestre las carreteras están en muy buenas condiciones, incluso se puede decir que las mismas están catalogadas como carreteras de primer y segundo orden, además son de fácil y rápido acceso, en su capacidad de alojamiento Según investigaciones realizadas en el catastro del Ministerio de Turismo, así como en la Asociación Hotelera del Azuay, encontramos



que la ciudad cuenta con un aproximado de 116 establecimientos para hospedaje o alojamiento Dando un total aproximado de 1639 habitaciones y 4084 plazas.

Cuenca posee lugares para reuniones específicas pero que son ideales para eventos de pequeña y mediana magnitud.

La ciudad cuenta con locales con capacidad desde 10 personas hasta 2.200 personas. El lugar para eventos más representativo es el centro de convenciones Mall del Rio que es una empresa capacitada para albergar eventos como: ferias, convenciones, congresos, talleres, etc. de hasta 2.200 personas, con servicio de catering, audio, video y con 5 salones para satisfacer todas las necesidades de los clientes. El Centro de Convenciones surgió el 6 de octubre del 2006; y en este lapso ha organizado 10 mil eventos.

Además del centro de convenciones Mall del Rio, Cuenca ofrece hoteles que brindan el servicio de salones para eventos como son: Hotel Oro Verde que ofrece 3 espaciosos y versátiles salones con capacidad de 10 hasta 300 personas. El Dorado, este brinda 4 salones con capacidad de hasta 250 personas y una sala ejecutiva para 10 personas, todas estas dotadas con la última tecnología incluyendo internet de alta velocidad, amplificación, catering, etc. Hotel Crespo, cuenta con 2 salones para eventos y convenciones Hostería Durán, Caballo Campana etc. así también existe la Cámara de Comercio de Cuenca, el Banco Central del Ecuador y los Jardines de San Joaquín.

## 2.4 Estadísticas de eventos.

**Tabla 2.** Estadísticas de eventos Quito (Datos del 2014 corresponden al primer trimestre del año)

AÑO	NUMERO DE EVENTOS	PARTICIPANTES
2010	62	29.945
2011	115	28.024
2012	123	35.180
2013	129	37.840
2014	36	10.560

**FUENTE:** Buró de Convenciones Quito

**ELABORACIÓN:** Los autores

**Tabla 3.** Estadísticas de eventos Guayaquil

AÑO	NUMERO DE EVENTOS	PARTICIPANTES
2011	680	316.556
2012	700	700.000

**FUENTE:** Centro de convenciones Simón Bolívar

**ELABORACIÓN:** Los autores

**Tabla 4.** Estadísticas de eventos Cuenca

<b>AÑO</b>	<b>NUMERO DE EVENTOS</b>	<b>PARTICIPANTES</b>
2011	--	40.000
2012	--	65.000

**FUENTE:** El Telégrafo

**ELABORACIÓN:** Los autores

## **2.5 Tipos de destinos turísticos de convenciones y congresos.**

En lo que respecta a los principales destinos de Turismo de Convenciones y Congresos dentro del país, se ubica como ciudad principal la capital del Ecuador; Quito. La ciudad de Quito se encuentra ubicada en el puesto 24 del ranking de ciudades Latino y Norte Americanas, siendo la ciudad más receptora de eventos y reuniones de negocios del país, por encima de la Guayaquil, la cual también posee características importantes que son tomadas en cuenta para la elección del destino.

Continuando con la ciudad de Quito, que fue la primera capital del mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad, por parte de la UNESCO en 1978, y reconocida como Capital Americana de Cultura 2011, es una ciudad propiamente equipada con infraestructura importante para ser considerada como una sede para el desarrollo de importantes congresos y convenciones en Ecuador. La ciudad cuenta con el conjunto colonial mejor conservado de Latinoamérica lo cual es un atractivo para los turistas de congresos y convenciones, pero principalmente cuenta con una amplia variedad de centros de convenciones y congresos, hoteles y espacios apropiados para la realización de eventos importantes a nivel nacional e internacional. En los últimos años la ciudad ha sido sede y anfitrión de un amplio número de eventos internacionales receptando así una gran cantidad de turistas, esto debido a que cuenta con una situación geográfica

privilegiada con respecto a las demás ciudades del país, además de que recibe las principales líneas aéreas internacionales.

Como ya se había mencionado anteriormente, los espacios para la distracción y esparcimiento son de gran importancia dentro de los destinos de Turismo de Convenciones y Congresos, y esta ciudad cuenta con una variedad de espacios urbanos en donde se realiza todo tipo de actividades anexas a las objetivas de este tipo de turismo. Cuenta con una gran cantidad de conventos y edificios coloniales, estructuras amplias y modernas y centros dotados de una alta tecnología que complementan y facilitan el desarrollo de esta actividad turística de convenciones y congresos.

En los últimos años se ha visto un progreso en cuanto al desarrollo y creación de numerosos centros de convenciones así como también altas inversiones en proyectos de restauración de edificios y estructuras que ahora sirven como espacios modernos y prestigiosos para el desarrollo de importantes y grandes eventos en el país y el continente y ferias artesanales como complemento para la distracción del turista.

Otra de las ciudades del país en la que se desarrolla el turismo de congresos y convenciones es la ciudad de Guayaquil, la ciudad más poblada del Ecuador. Al igual que la capital, Guayaquil cuenta también con una amplia variedad de centros de convenciones y congresos en donde se realizan importantes eventos de índole nacional e internacional. Además del desarrollo turístico, se complementa también con su importante influencia en lo que respecta al comercio, a la cultura y entretenimiento, que son factores esenciales para la actividad turística.

Como destinos potenciales, se puede mencionar al balneario de Salinas que se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, el cual además de ser considerado como un destino de turismo de playa, se considera también como un importante destino para la realización de convenciones y congresos. Cuenta con una infraestructura hotelera importante y espacios de gran calidad que han ido desarrollándose como sedes de pequeños pero importantes eventos nacionales e internacionales logrando mucho éxito y gran satisfacción en los turistas que se ven atraídos por este destino dentro del país.

### **3. Análisis del Turismo de Convenciones y Congresos a nivel local.**

La ciudad de Loja, centro histórico y cultural de la región sur, poseedor de una gran variedad de atractivos turísticos y considerada una de las provincias más importantes de nuestro país.

Por tal razón actualmente Loja presenta un turismo rico en recursos naturales flora, fauna, clima, etcétera, vendiendo y promocionando procesos de mejoramiento de infraestructura y modelos de desarrollo dentro de la ciudad, el caso de sus parques recreacionales, interculturalidad, museos, leyendas, tradiciones, comidas típicas, y finalmente un gran comercio fronterizo en la región sur del Ecuador.

Con esta corriente de propuesta y desarrollo turístico se observó por parte de la UTPL una tendencia a futuro a un turismo certificado (eco cultural) y un turismo de congresos debido a las condiciones que presenta Loja y su provincia, es por esto que desde septiembre del 2004, fecha en la cual se inaugura el Centro de Convenciones UTPL, hasta diciembre del 2009, la economía de Loja se ve beneficiada por la afluencia de 14.352,00 visitantes por congresos; de los cuales 12.443,00 son nacionales y 1.909,00 del extranjero". ( Yaguana, 2009)

El número total de visitas hace referencia tanto a participantes como conferencistas e invitados. En el periodo 2004-2009 se realizaron 22 congresos de carácter internacional y 173 eventos de carácter nacional, lo que da como promedio 32,5 eventos importantes al año.

Es así que por participantes extranjeros la economía lojana recibió 572.000,00 dólares, valor que representa el 21% de los ingresos totales de visitantes externos; y el resto 2'163.738,00 que representa el 79%. Es por participantes nacionales (Yaguana, 2013) Loja no solo cuenta con el Centro de Convenciones UTPL sino también con el Centro de Convenciones "Punzara" que es el más grande de la ciudad con una capacidad de 900 personas, además de este la Casa de la Cultura Núcleo de Loja que cuenta con un auditorio con capacidad para 350 a 400 personas una galería para 120 personas una sala de exposiciones para 150 a 200 y una sala de cine para 80 a 90 personas, también se cuenta con el además de este centro, nuestra ciudad es sede del encuentro nacional de culturas organizado por Universidad Nacional de Loja la cual se realiza cada dos años, en

el teatro “Bolívar” con capacidad para 500 personas y su duración es de aproximadamente dos meses, llegándose a realizar en el año 2010 unos 30 eventos, y ya para el 2012, se realizaron unos 40 eventos. Además de estos Loja cuenta con el recinto ferial “Simón Bolívar” que reúne a más de 750 expositores, con 4 naves para stand la denominada B abarca 86, la C ocupa 66 vendedores y la D con 97 stands, igualmente cuenta con una zona para espectáculos con capacidad para 3000 personas. A este recinto en los 17 días de exposición lo visitan alrededor de 500 000 personas. (cronica.com.ec, 2014)

### 3.1 Estadísticas de eventos.

**Tabla 5.** Estadísticas de eventos C.C. Loja

AÑO	NUMERO DE EVENTOS	PARTICIPANTES
2012	262	19.020
2013	256	14.387

**ELABORACIÓN:** Los autores  
**FUENTE:** Casa de la Cultura Loja

**Tabla 6.** Estadísticas de eventos UTPL

AÑO	NUMERO DE EVENTOS	PARTICIPANTES
2008	907	92404
2009	755	77446
2012	7	1577

**ELABORACIÓN:** Los autores  
**FUENTE:** Unidad de eventos

## **CAPÍTULO II**

### **PERFIL DEL TURISTA DE CONVENCIONES Y CONGRESOS**



## 2. Análisis del perfil del turista de convenciones y congresos.

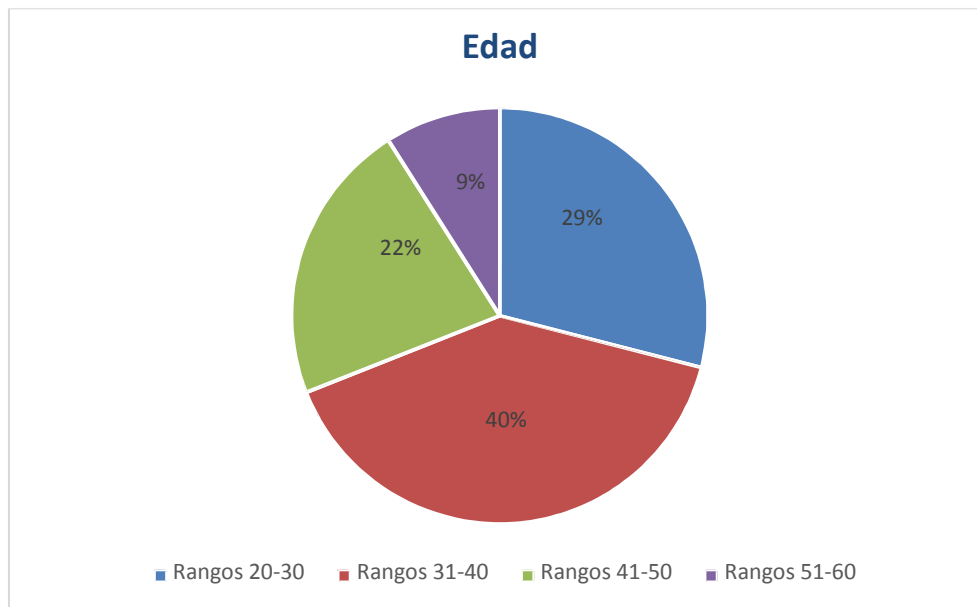
### 2.1 Resultados cuantitativos.

### 2.2 Análisis de resultados.

#### ENCUESTA

Para la definición del perfil del turista de Congresos y Eventos se procedió a la aplicación de encuestas a los participantes de los eventos nacionales e internacionales realizados por la UTPL en el período Febrero – Mayo 2014, obteniendo los siguientes resultados:

#### 2.2.1 Edad.



**GRÁFICO Nº 1** Edad de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

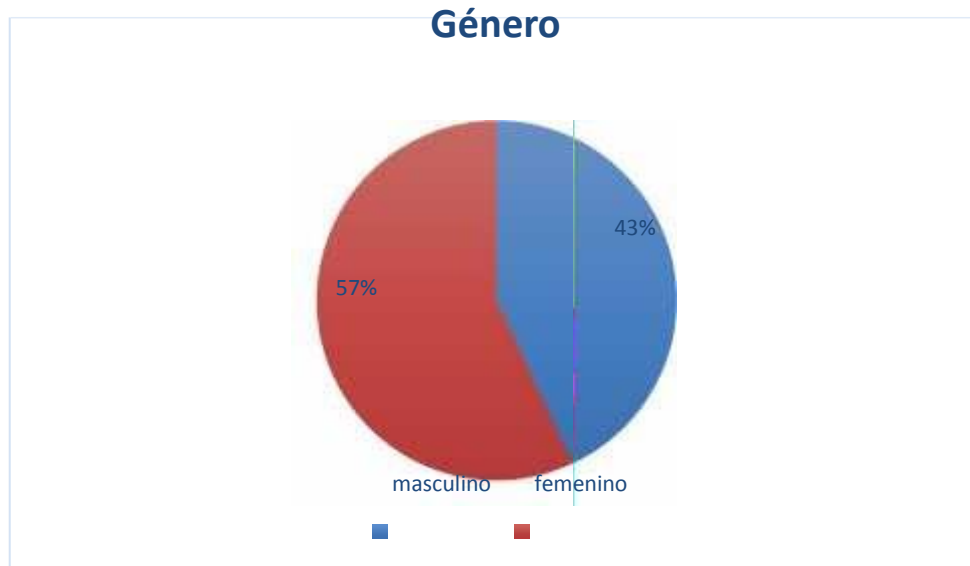
**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto a la edad de los participantes de eventos observamos que la mayoría de ellos están entre los 31 a 40 años con un 40% que corresponde a un segmento de personas interesadas en reforzar sus conocimientos dentro de su campo de trabajo, seguido de

participantes entre los 20 a 30 años con un 29% que pertenece al segmento de personas que se encuentran en su etapa de formación profesional, es decir estudiantes de las universidades que buscan complementar sus estudios con las temáticas de cada encuentro. En cuanto a los participantes de 41 a 50 años corresponde al segmento de participantes interesados en las temáticas de los eventos.

### 2.2.2 Género.



**GRÁFICO Nº 2** Género de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto al género observamos que la mayoría de participantes corresponden al género femenino con un 57% mientras que el 43% son del género masculino con lo que deducimos que existe un mayor interés por parte de las mujeres.

### 2.2.3 Nacionalidad.



**GRÁFICO N° 3** Nacionalidad de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En lo referente a la nacionalidad de los participantes podemos darnos cuenta que la gran mayoría de ellos son de procedencia ecuatoriana, representados en un 98%, mientras que el 2% de participantes provienen de España, debido a la relación con los eventos o con la UTPL.

#### 2.2.4 Ciudad de procedencia.



**GRÁFICO Nº 4** Ciudad de procedencia de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto a las ciudades de procedencia observamos que existe gran acogida por parte de participantes provenientes de otras ciudades del país, como lo son de Quito, Guayaquil, Cuenca, Santo Domingo, Riobamba que tienen interés en participar en los eventos ofertados en Loja.

### 2.2.5 En promedio, ¿cuánto gasta cada día por persona?



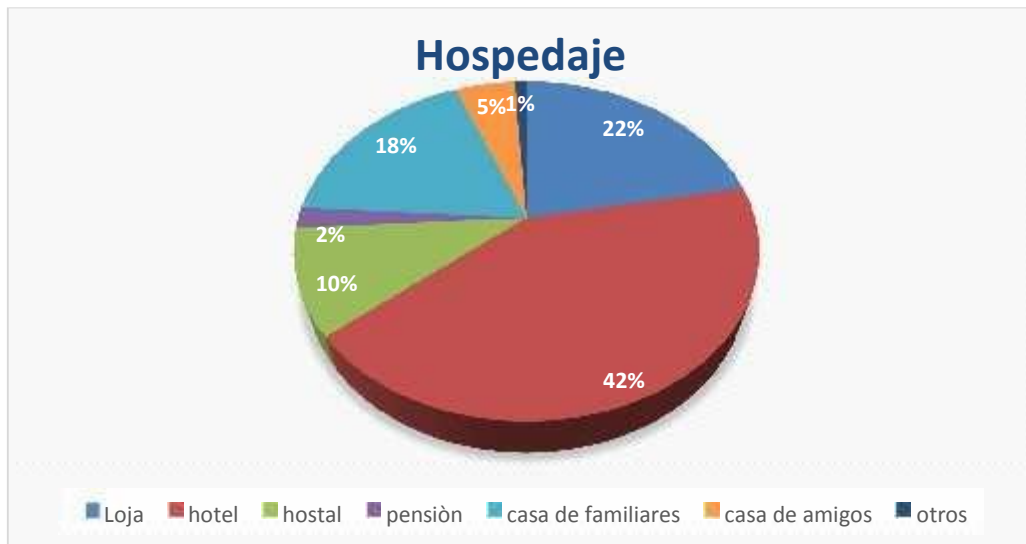
**GRÁFICO Nº 5** Gasto por día de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

El gasto promedio por día del 47% de los participantes es de menos de \$40 ya sea este empleado en alojamiento, alimentación, transporte y distracción, mientras que el 26% de ellos gasta entre \$41 y \$60.

## 2.2.6 ¿Qué medio de hospedaje utiliza usted en la ciudad de Loja?



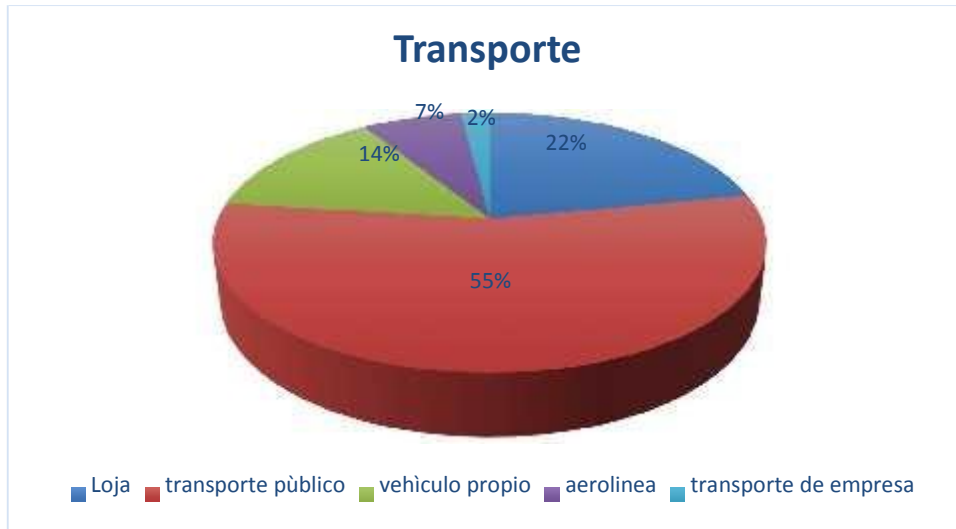
**GRÁFICO Nº 6** Tipo de hospedaje de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto al hospedaje podemos observar que el 42% de los participantes utilizan los hoteles de la ciudad como alojamiento, mientras que el 22% de ellos recurren a casas de familiares y el 10% se aloja en hostales.

### 2.2.7 ¿Cuáles son los medios de transporte que utilizó para llegar a la ciudad de Loja?



**GRÁFICO Nº 7** Medios de transporte de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Los medios de transporte más utilizados por los participantes para su traslado a la ciudad están enfocados en el transporte público con un 55% que refleja una gran ocupación del mismo, mientras que el 14% de los turistas de negocios utilizan su vehículo propio como medio de traslado, lo que significa una pérdida para el transporte local.

**2.2.8 ¿Cuál es el grado de satisfacción de los servicios prestados en la ciudad (alimentación, transporte, hospedaje)?**



**GRÁFICO N° 8** Satisfacción de servicios en eventos en centro de convenciones UTP

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto al grado de satisfacción de los servicios turísticos como lo son el hospedaje la alimentación y transporte ofrecidos al turista de negocios durante su estancia en la ciudad observamos que el 40% de ellos lo considera en un grado satisfactorio, mientras que en un porcentaje menos de 33% está considerado como muy satisfactorio.



## 2.2.9 ¿Cuál es su principal interés durante su estancia en Loja?



**GRÁFICO Nº 9** Satisfacción de servicios prestados en eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Observamos que el turismo de eventos y el turismo académico tienen el mismo porcentaje de interés por parte del turista de negocios, con un 27%, es decir que el motivo de su llegada a la ciudad es únicamente el de participar en los eventos de carácter académico ofertados en Loja. El resto de los participantes encuestados tienen interés, además de su participación en los eventos, de realizar turismo religioso, de naturaleza y turismo de descanso aprovechando su estancia en la ciudad.

**2.2.10 ¿Cuál es la actividad de distracción que realiza en Loja además de las correspondientes al evento?**



**GRÁFICO Nº 10** Actividades de distracción de asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

La mayoría de los participantes contenidos en un 44% manifiesta que como actividades de distracción prefieren realizar visitas a los lugares más turísticos de Loja como lo son en Valle de Malacatos, Vilcabamba, El Cisne, etc. Mientras que el resto de participantes prefieren actividades como visita a las Iglesias, museos, parques recreativos entre otros.

### 2.2.11 ¿Ha asistido a eventos realizados en la ciudad Loja?



**GRÁFICO N° 11** Asistencia a eventos en Loja de participantes a reuniones en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto a la asistencia a eventos realizados en Loja, la gran mayoría de participantes con un 79% manifiestan que han asistido previamente a eventos por lo que son personas que tienen ya algún criterio de comparación respecto a cada evento que asisten. Por otra parte el 21% de participantes manifiestan no haber participado.

## 2.2.12 ¿En qué tipo de evento ha participado?



**GRÁFICO Nº 12** Participación tipo de eventos de los asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Los participantes que han asistido previamente a eventos realizados en la ciudad, en su mayoría con un 64% muestran haber asistido a eventos académicos, mientras que el 21% ha asistido a eventos culturales y el 10% ha participado de eventos religiosos.

### 2.2.13 ¿Ha asistido a este tipo de eventos en otra ciudad del país?



**GRÁFICO Nº 13** Asistencia a otros eventos de participantes a reuniones en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

De esta grafica podemos concluir que la asistencia a eventos en la ciudad de Quito es mayoritaria con un 40% debido a su prestigio como ciudad sede de grandes eventos, en relación con las principales ciudades del país, Loja está en competencia con Guayaquil con un mismo porcentaje del 19%, de asistencias a eventos.

## 2.2.14 ¿Con qué frecuencia asiste usted a este tipo de eventos?



**GRÁFICO Nº 14** Frecuencia de asistencia a eventos de participantes en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En cuanto a la asistencia a eventos podemos evidenciar que un 85% acuden a un evento por mes, y un 6% asisten dos veces al mes, por lo que claramente concluimos la existencia de un mercado potencial para reuniones.

### 2.2.15 ¿Hubiera preferido que el evento se realice en otras ciudades sede?



**GRÁFICO Nº 15** Preferencia para sede de los asistentes a eventos en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En lo referente a la preferencia de otras sedes, en primera instancia aparece Loja, con un 88%, ya que los encuestados afirman que Loja ofrece todas las facilidades para todo tipo de evento, y quienes prefieren que no sea Loja sede de eventos argumentan que es debido a la distancia de otras ciudades del país.

## 2.2.16 ¿Califique la calidad de las actividades dentro del evento?



**GRÁFICO Nº 16** Satisfacción del evento de asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Según las encuestas aplicadas en eventos de la UTPL, el mayor porcentaje de estos califican la calidad del evento como satisfactorio con un 51%, y muy satisfactorio con un 32%, deduciendo con esto que debemos buscar la satisfacción total para nuestros eventos.



## 2.2.17 Seleccione el componente que alcanzó sus expectativas del evento.



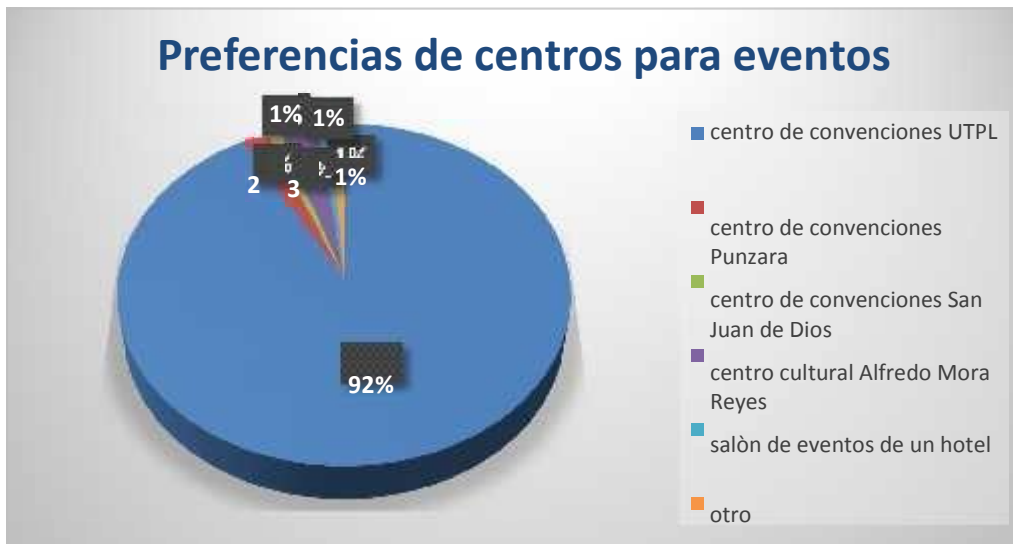
**GRÁFICO Nº 17** Expectativa del evento de asistentes a reuniones en centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En la medición de los componentes de los eventos realizados en la UTPL, se puede evidenciar que un 34% de los asistentes han tenido una gran expectativa por las facilidades prestadas en los eventos, y en segundo lugar los expositores de los eventos con un 27% han alcanzado llenar las expectativas de los visitantes.

### 2.2.18 ¿Para usted cuál sería el mejor lugar para realizar un evento en Loja?



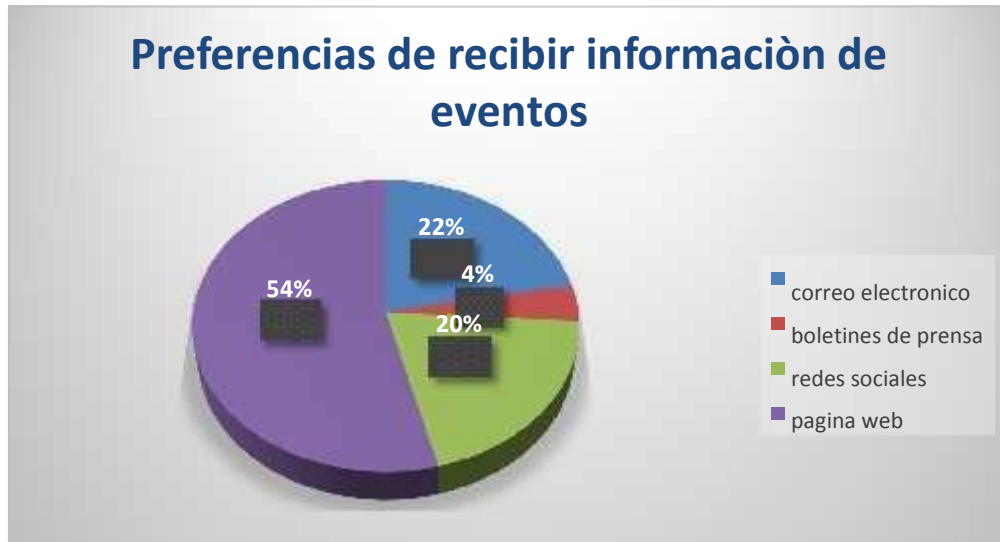
**GRÁFICO N° 18** Preferencias de los centros de reuniones de asistentes al centro de convenciones UTPL

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Dentro las preferencias de centros de reuniones de la ciudad, tiene una gran acogida el centro de Convenciones UTPL, con un 92%, debido a sus modernas instalaciones, su tecnología de punta y la calidad en sus servicios prestados.

**2.2.19 ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual preferiría recibir información sobre los eventos que se realizan en Loja?**



**GRÁFICO Nº 19** Preferencias de recibir información de evento en la ciudad de Loja

**FUENTE:** Recopilación encuestas realizadas febrero – mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Según las encuestas realizadas en eventos de la UTPL, en un 54% les gustaría recibir información de eventos que realicen por medio de una página web, y en segundo lugar por medio de correo electrónico con un 22%, esto nos da la pauta para la creación de una página web donde se pueda difundir todos los eventos planeados en la ciudad.

## 2.3 Perfil del turista de congresos y convenciones.

### 2.3.1 Preferencias.

**Tabla 7.** Edad según el tipo de eventos que han participado.

Edad según el tipo de evento que ha participado						
edad	evento académico	evento religioso	evento deportivo	evento cultural	evento recreativo	Total
porcentaje						
20-30 %	65,5%	13,8%	0,0%	17,2%	3,4%	100%
31-40 %	62,5%	10,0%	0,0%	22,5%	5,0%	100%
41-50 %	63,6%	9,1%	0,0%	27,3%	0,0%	100%
51-60 %	66,7%	0,0%	11,1%	11,1%	11,1%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Según los datos proporcionados en las encuestas podemos evidenciar que la mayor concurrencia a eventos es de tipo académico, debido a su necesidad de capacitación las personas comprendidas entre 20 -30 años y 51 -60 años tienen gran interés por asistir a estos.

**Tabla 8.** Porcentaje de ocupación en hospedaje.

<b>Tipo de hospedaje</b>	<b>Porcentaje</b>
Loja	22%
hotel	42%
hostal	10%
pensión	2%
casa de familiares	18%
casa de amigos	5%
otros	1%
Total	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En este análisis podemos evidenciar, que el turista de Congresos tiene como preferencia su estadía en un hotel con un 42%, luego de esto en casa de familiares con un 18%, debido a que en los eventos registrados existía un gran porcentaje de participantes de la provincia o de la región, para luego de este posicionarse como preferencia a los hostales con un 10%, por lo que resaltamos la gran importancia de este tipo de establecimientos y su oferta.

**Tabla 9.** Medio de preferencia de recibir información de eventos según la edad.

edad	porcentaje	Cuál es el medio de comunicación por el cual le gustaría recibir información de eventos en Loja				Total
		correo electrónico	boletines de prensa	redes sociales	página web	
20-30	%	27,6%	6,9%	27,6%	37,9%	100%
31-40	%	30,0%	2,5%	15,0%	52,5%	100%
41-50	%	9,1%	4,5%	22,7%	63,6%	100%
51-60	%	0,0%	0,0%	11,1%	88,9%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Según las preferencias de los participantes de 51-60 años y 41-50 años, con los mayores porcentajes de 88,9% y 63,6% seleccionan como el mejor medio para informarse de estos eventos a través de una página web.

Tabla 10 Frecuencia de asistencia al mejor lugar para realizar eventos en Loja.

Frecuencia		Frecuencia de asistencia al mejor lugar para realizar eventos en Loja						Total
		de de convenciones UTPL	de de convenciones Punzara	de de convenciones San Juan de Dios	Centro cultural Alfredo Reyes Mora	de de eventos de un hotel	Otro	
Porcentaje								
si	%	91,1%	2,5%	1,3%	3,8%	1,3%	0,0%	100%
no	%	95,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Según la asistencia de participantes y la frecuencia con que han asistido a eventos a los diferentes centros de convenciones, podemos comprobar que un 91% de estas personas han asistido antes a eventos y eligen el Centro de convenciones UTPL, por sus facilidades, su gran capacidad y su tecnología.

### 2.3.2 Gastos.

Tabla 11 .Gasto promedio por día según la edad.

Edad porcentaje	gasto promedio por día según la edad					Total
	No gasto	<40	41-60	61-80	81-90	
20-30 %	13,8%	58,6%	24,1%	3,4%	0,0%	100%
31-40 %	27,5%	37,5%	30,0%	5,0%	0,0%	100%
41-50 %	13,6%	54,5%	31,8%	0,0%	0,0%	100%
51-60 %	44,4%	33,3%	0,0%	0,0%	22,2%	100%

FUENTE: Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

ELABORACIÓN: Los autores

Según los datos proporcionados por este cuadro podemos afirmar que lo segmentos de edad que gastan más por día entre 41-60 dólares, durante su asistencia a eventos en la ciudad son de 41-50 años, con un 31,8% y de 41-50 años con un 30%, con estos datos podemos definir un segmento a quien dirigir publicidad.



### 2.3.3 Transportación.

**Tabla 12.** Medio de transporte más utilizado según su procedencia.

Ciudad de procedencia	de	Medio de transporte que utiliza según su procedencia					Total
		Loja	transporte público	vehículo propio	aerolínea	transporte de empresa	
porcentaje							
Loja	%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
otra ciudad	%	0,0%	70,5%	17,9%	9,0%	2,6%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

En la presente tabla podemos observar que el transporte más utilizado por los participantes provenientes de otras ciudades del país es el transporte público, el cual abarca el 70,5% del porcentaje total, dejando así un importante ingreso para el transporte público de la ciudad siendo el más beneficiado. El 17% de los participantes utiliza su vehículo propio y el 9% utiliza el transporte aéreo mediante las aerolíneas. Existen también participantes que utilizan el transporte de sus empresas para movilizarse hacia la ciudad, pero estos están representados en un porcentaje mínimo con el 2.6

### 2.3.4 Ocio.

Tabla 13. Principal interés durante su estancia en Loja según su edad.

edad	Interés durante su estancia en Loja según su edad										Total	
	Loja	turismo de negocios	turismo académico	turismo de aventura	turismo de deportes extremos	turismo de eventos	turismo de arqueología	turismo de naturaleza	turismo religioso	turismo de ocio y descanso		
20												
30	%	13,8%	3,4%	31%	0,0%	0,0%	31%	0,0%	6,9%	10,3%	3,4%	100%
31												
40	%	27,5%	2,5%	32,5%	0,0%	2,5%	25,0%	2,5%	5,0%	0,0%	2,5%	100%
415												
0	%	13,6%	9,1%	9,1%	9,1%	0,0%	27,3%	0,0%	9,1%	9,1%	13,6%	100%
516												
0	%	44,4%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%

FUENTE: Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

ELABORACIÓN: Los autores

En cuanto a Ocio se trata, podemos observar que el principal interés de los participantes incluidos en todos los rangos de edad, están mayormente interesados en el turismo académico y en el turismo de eventos, es decir que su estancia en Loja es principalmente dirigida a la participación en eventos de tipo académico, ya sea para su preparación profesional; en el caso de los participantes jóvenes comprendidos entre los 20 y 30 años, o para el refuerzo de los conocimientos y la obtención de una mejor preparación en el campo laboral; en el caso de los participantes de mayor edad comprendidos en el rango de 30 a 31 y de 40 a 41 años. El siguiente tipo de turismo más realizado es el turismo de naturaleza en el cual muestran mayor interés los participantes entre los 41 y 50 años de

edad. Finalmente se destaca el turismo religioso el cual lo realizan los turista comprendidos en un rango de edad de 20 y 30 años y de 40 a 50 años.

**Tabla 14.** Actividad de distracción extra eventos según edad.

edad porcentaje	Actividad de distracción extra eventos según edad de participante									Total
	Loja	Cine	Bares y discotecas	parques recreativos	visita de museos	visita de iglesias	Visita a Malacatos Vilcabamba El Cisne	otros		
20-30 %	13,8%	0,0%	3,4%	10,3%	3,4%	20,7%	37,9%	10,3%	100%	
31-40 %	27,5%	2,5%	5,0%	5,0%	0,0%	7,5%	50,0%	2,5%	100%	
41-50 %	13,6%	0,0%	0,0%	9,1%	4,5%	18,2%	54,5%	0,0%	100%	
51-60 %	44,4%	0,0%	0,0%	22,2%	22,2%	0,0%	11,1%	0,0%	100%	

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

Además de las actividades correspondientes a los eventos, generalmente el turista de negocios también realiza actividades de distracción diferentes a las comprendidas en los eventos. De acuerdo al cuadro la mayoría de los participantes comprendidos en todos los rangos realizan visitas a los lugares más turísticos y representativos de nuestra ciudad, como lo son el Valle de Vilcabamba, Malacatos y El Cisne, siendo el rango entre 41 a 50 años el más representativo de los participantes que se interesan en esta actividad de distracción con un 54%. Además de las visitas a los valles de la ciudad, a los participantes les interesa también la visita a las Iglesias, las cuales resultan ser un atractivo importante y representativo de Loja. Son los turistas comprendidos entre los 21 y 30 años quienes realizan esta actividad con más frecuencia representando un 20% de la totalidad de este rango, seguido por los turistas de 41 a 50 años con un 18,2 % de la totalidad del mismo rango.

### 2.3.5 Satisfacción.

**Tabla 15.** Satisfacción de servicios prestados en Loja según asistencia a eventos.

frecuencia	Satisfacción del servicio en Loja (alimentación, hospedaje, transporte) según su asistencia a eventos.				Total	
	residentes	muy satisfactorio	satisfactorio	poco satisfactorio		
si	%	26,6%	34,2%	34,2%	5,1%	100%
no	%	4,8%	28,6%	61,9%	4,8%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

La familiarización de los turistas de negocios que han participado previamente en eventos realizados en Loja es importante, ya que nos indica que tienen un punto de comparación y pueden emitir un criterio en cuanto a la calidad y a la satisfacción del servicio recibido. Es por eso que solamente tomaremos en cuenta los datos de los turistas que afirman haber participado previamente. Puesto que, el 34% de los participantes manifiesta que los servicios prestados en la ciudad durante su estancia en la misma es Muy Satisfactorio, al igual que otro 34% de participantes que lo califica como Satisfactorio, quedando así solamente el 5,1 % que lo califica como Poco satisfactorio. El porcentaje restante corresponde a los participantes que viven en la ciudad, quienes no se encuentran en condición de emitir una calificación al no ser turistas.

**Tabla 16.** Satisfacción del servicio prestado en eventos.

frecuencia	satisfacción del servicio prestado en el evento (infraestructura, facilidades técnicas, organización, talleres, ponentes, A&B, eventos culturales)				Total
	muy satisfactorio	satisfactorio	poco satisfactorio	insatisfactorio	
si %	29,1%	51,9%	16,5%	2,5%	100%
no %	42,9%	47,6%	9,5%	0,0%	100%

**FUENTE:** Encuestas realizadas UTPL febrero - mayo 2014

**ELABORACIÓN:** Los autores

El grado de satisfacción de los servicios prestados durante el evento (infraestructura, tecnología, facilidades técnicas, ponentes, etc.) fue demandado únicamente a los turistas que han asistido previamente a cualquier tipo de evento académico realizado en la ciudad, al igual que para la calificación de los servicios turísticos. Teniendo así que dentro de este rango de los participantes que han asistido anteriormente, el 51% califican al servicio como Satisfactorio. El 29% lo califica como Muy Satisfactorio, mientras que el 16,5% lo califica como Poco Satisfactorio. Por otra parte el 2,5% de los participantes, siendo una minoría, opina que el servicio prestado durante los eventos es Insatisfactorio.

## **2.4 Resultados cualitativos.**

### **2.4.1 Análisis de resultados de las encuestas.**

#### **ENTREVISTA**

**1 ¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, congresos y eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

En Loja se están desarrollando varios tipos de turismo, como coinciden los actores de turismo de la ciudad como son el turismo religioso, de salud por Vilcabamba, de aventura y el turismo de reuniones, pero lamentablemente estos han sido explotados muy esporádicamente a lo largo de los últimos años, y aún más el turismo de reuniones que tuvo una gran demanda y que poco a poco se ha ido declinando a través de los años, ya que no se ha trabajado para una mayor atracción de los mismos y sobre todo su mayor realizador la UTPL.

Igualmente las autoridades se han despreocupado de cierta manera para una reactivación del turismo de reuniones mediante una planificación adecuada. Ya que para que este segmento de turismo se desarrolle mayormente, se debe trabajar conjuntamente, ya que la ciudad no está preparada aun para grandes y mega eventos.

**2 ¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

El turismo académico y religioso han sido los de mayor convocatoria en la ciudad de Loja y en esto coinciden todos los actores de turismo de la ciudad además de ello que la gran mayoría de estos han sido atraídos y organizados por la Universidad Técnica de Loja, quien según estas autoridades es la más capacitada para realizarlos tanto por su

experiencia como por sus instalaciones, ya que en otras entidades es muy baja la producción y las instalaciones no cuentan con la capacidad suficiente para eventos.

Loja ya tiene un prestigio en este segmento y se debería aprovechar para generar un espacio para impulsarlo ya que los beneficios que genera este segmento crea divisas para los involucrados tanto directa como indirectamente.

- 3 Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

De acuerdo con las opiniones de los agentes de turismo en Loja, creen que la infraestructura con la que cuenta la ciudad es suficiente para acoger este tipo de eventos, que está acorde a la realidad de la misma, con ciertas deficiencias sobre todo en A&B, pero a decir de estos lo que falta es calidad en los servicios, ya que este segmento exige altos estándares de calidad, por ello la importancia del trabajo conjunto de todos los prestadores de servicios, para que por medio de capacitaciones se logre superar estas deficiencias

Adema de ello se puede hablar de que la mayoría de empresas de servicios carecen de promoción, organización y operación que todo esto se debería mejorar.

- 4 ¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? Es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

El propósito de alcanzar alianzas entre los actores de turismo en Loja es con el objetivo de beneficiar a todos quienes trabajan directa o indirectamente para atraer este tipo de turismo, para fortalecer la oferta, y posicionar este segmento a través de planes estratégicos a nivel regional y nacional.

Para los representantes del turismo en Loja son importantes estas alianzas ya que para ellos esto significa el desarrollo de este segmento, por lo que no se puede trabajar de manera aislada, con las iniciativas del Consejo Cantonal, las Universidades con el desarrollo del conocimiento, y la parte de promoción de los organismos gubernamentales se podrá impulsar este segmento de turismo en Loja.

- 5 ¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

La creación de un Buró de Congresos y Eventos es una gran oportunidad para que Loja integre la oferta existente en turismo de reuniones así como la difusión y promoción de los servicios de las empresas encargadas de este segmento.

A través de este Buró se lograría canalizar las necesidades de todos los actores del turismo, así como la mejora de servicios, y alcanzar posicionar y fomentar este segmento al igual que los complementarios como son los atractivos de la ciudad. Y qué decir de los actores del turismo en Loja que están de acuerdo en que la creación de este organismo y una página web donde se pudiera vender este segmento serían las herramientas que se necesitan para lograr alcanzar presentar a Loja como destino de reuniones.

- 6 El Buró de Convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

El Buró de convenciones se maneja por medio de aportaciones anuales ya que es una institución sin fines de lucro, dichos rubros estaría acorde a la categoría de su institución o negocio con lo que los aportes se realizarían, midiendo las categorías de cada uno y por el beneficio que reciba en la productividad de cada sector que presta servicios en la ciudad.

Los actores de turismo en Loja coinciden en que estas aportaciones deberían llevarse con una categorización y según sus beneficios deberían ser las aportaciones, el producto que se vaya a presentar así como su credibilidad de la organización, así también creen que una cantidad estimada para comenzar dicho Buró sería de \$200 dólares, siempre y cuando todos lleguen a un consenso y fijar esta cantidad.

- 7 Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa**



Los beneficios del Buró se ven como positivos ya que estos generan un acceso a clientes toda la temporada del año, además estos ayudan a consolidar la oferta de turismo de reuniones que posee la ciudad, así como también se puede llegar a establecer convenios con otras instituciones como el Buró de Quito y con otras ciudades del país.

Además de los beneficios mencionados se puede también mencionar que al pertenecer a un Buró se llega a formar una marca y un sinónimo de calidad, por ende se logrará que las empresas miembros tengan presencia en los medios de otras ciudades.

Todos los entes de turismo de Loja coinciden en que los beneficios del Buró son positivos para la empresa de turismo en Loja, además de ello opinan que este Buró debe tener el apoyo del sector público para validar su credibilidad y funcionalidad.

**8 Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según los representantes de turismo de la ciudad los medios en que se podrían realizar promoción para la ciudad serían por medios televisivos, radiales, boletines de prensa, flyers, el sello de la página web en materiales de oficina, promocionar la página web en otras páginas de Buros del Ecuador y de otros países.

Además de esto las redes sociales que hoy en día están marcando más que otros medios, así como convenios con universidades y otros organismos afines que realizan actividades en este segmento de turismo.

Conjuntamente con la página web se podría promocionar la ciudad con presencia en ferias no solo locales sino también nacionales, ya que estas ferias son una gran oportunidad para presentar a Loja como destino de Congresos y eventos. Así mismo en las revistas nacionales que presentan un calendario de eventos.

Por medio de una asociación o alianza con el Buró de Convenciones de Quito, y por ende llegando a acuerdos y convenios con este organismo que es el más importante del país.

**9 En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

La gran mayoría de los representantes del Turismo en Loja opinan que el Buró de convenciones debería ser independiente, para que en sus actividades no exista ningún tipo de intereses de ningún sector, así como con la finalidad, que este organismo sea manejado con el conocimiento y la experiencia en materia de este segmento específico, como son las reuniones, para que se pueda coordinar con ellos las actividades y servicios a ofrecer.

Además cree que si se formará este Buró de Congresos debería ser replicando el ya existe como es el Buró de Quito, al igual que todas sus funciones.

### **CAPÍTULO III**

#### **DISEÑO DE LA PROPUESTA PARA LA PUESTA EN VALOR DEL TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE LOJA AÑO 2014.**

### **3. Creación del Buró de Congresos y Eventos en alianzas con empresas públicas y privadas generadoras de Turismo en Loja.**

#### **3.1 Propuesta para la creación de un Buró de Congresos y Eventos, que incentive el Turismo de negocios en la ciudad de Loja.**

##### **3.1.1 Datos Informativos.**

PROVINCIA: Loja

CANTÓN: Loja

ORGANIZACIÓN: Política- urbana

FECHA DE FUNDACIÓN: 8 de diciembre del 1546

FECHA DE INDEPENDENCIA: 18 de Noviembre de 1820

LÍMITES: Norte: Cantón Saraguro Sur: Provincia de Zamora Chinchipe Este: Provincia de Zamora Chinchipe Oeste: Parte de la Provincia de el Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá, y Quilanga

POBLACIÓN: 214.100 habitantes.

EXTENSIÓN: 2.968 Km<sup>2</sup>.

CLIMA: Templado

TEMPERATURA: Varía entre los 16° y 21° Centígrados

ALTITUD: 2.100 m.s.n.m.

DISTANCIA DESDE LA CAPITAL: 617 km,

Fuente: Sitio Web oficial del Gobierno Provincial de Loja

### **3.1.2 Antecedentes de la propuesta.**

Para el desarrollo de la presente propuesta se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada, “CREACIÓN DE UN BURÓ DE CONVENCIONES PARA EL CENTRO CULTURAL NICOLÁS HERRERA EN LA CIUDAD DE IBARRA” realizada por: YÉPEZ VILLARREAL YADIRA MARGARITA, de aquí se extrajo un modelo de propuesta para un Buró de Congresos y Eventos que es el primer paso para la puesta en valor del Turismo de negocios, así como para potenciar y promover todos los recursos turísticos con que cuenta la ciudad, ya que de esta forma Loja canalizaría de mejor manera los eventos que se están realizando.

Actualmente, los eventos de gran magnitud e importancia que se dan en la ciudad de Loja se realizan en el Centro de Convenciones UTPL, tendencia que en los últimos años ha ido decreciendo al igual que su oferta, así que claramente se propone la creación del Buró de Congresos para potenciar la demanda ya existente y cambiar la realidad actual.

Loja tiene recursos e infraestructura para ser sede de grandes eventos y sus antecedentes así lo muestran, por lo cual la creación del Buró de Congresos y Eventos es trascendental para publicitar Loja y así unificar diferentes entidades tanto públicas como privadas, las mismas que aportarían con sus recursos en la realización y promoción como ciudad de destino de turismo de Congresos y Eventos.

### **3.1.3 Justificación.**

Fundamentándonos en los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en eventos efectuados en la UTPL, año 2014 y recabando información en la ciudad hemos verificado la importancia de la ciudad de Loja como destino de Congresos y Eventos; debido a su trayectoria en eventos nacionales e internacionales especialmente en la UTPL así como la gran variedad de atractivos turísticos, con que cuenta la ciudad y sus cantones.

Por lo tanto la propuesta de creación de un Buro de Congresos, es la principal herramienta que permitirá la realización y promoción de Congresos y Eventos como organismo coordinador de la realización de eventos en Loja, lo que permitirá dirigirse a los mercados de eventos a nivel nacional e internacional y aprovechar los canales de comercialización más adecuados que faciliten llegar a ellos de forma eficaz y eficiente.

El Buró de Congresos y Eventos gestionará y planificará los tramites entre el sector privado y el público; promoverá a la ciudad de Loja como sede de congresos, eventos, ferias y reuniones; impulsando la calidad en los diferentes servicios y entidades miembro para ser competitivos; captará eventos de trascendencia nacional e internacional, y promoverá los eventos ya existentes en la ciudad.

#### **3.1.4 Objetivos de la propuesta.**

##### Objetivo General

- Proponer el funcionamiento de un Buró de Congresos y Eventos, que incentive el turismo de negocios en la ciudad de Loja.

##### Objetivos Específicos

- Promover el crecimiento y desarrollo de Congresos y eventos en Loja
- Alinear las acciones de las entidades públicas como privadas con el objetivo de fomentar el desarrollo del sector del Turismo de Negocios
- Fomentar el incremento de los niveles de Competitividad y Sustentabilidad de la ciudad como sede de Turismo de Congresos y Eventos.
- Ofrecer una herramienta para potenciar el beneficio económico y social en Loja, a través de Congresos y eventos.

#### **3.1.5 Desarrollo de la propuesta.**

Luego de haber realizado un análisis detallado de la información obtenida a través de las encuestas, entrevistas a principales actores de turismo de Loja e investigación de textos, se comenzó a trabajar en la segunda parte, que corresponde a la fase operativa, para el funcionamiento de un Buró de Congresos y Eventos.. Por lo tanto, se ha centrado la atención en los siguientes aspectos

### **3.2 Propuesta para el funcionamiento de un Buró de Congresos y Eventos en la ciudad de Loja.**

#### CONTENIDO:

3.2.1 Planeamiento Estratégico.

3.2.2 Visión.

3.2.3 Misión.

3.2.4 Diagnóstico Situacional.

3.2.5 Análisis FODA

3.2.6 Matriz FODA

3.2.7 Objetivos Estratégicos.

3.2.8 Objetivo General.

3.2.9 Objetivos Específicos.

3.2.10 Plan de acción

3.2.11 Distribución operativa

### **3.2.1 Planeamiento estratégico.**

### **3.2.2 Visión.**

Establecer a Loja como un destino de Turismo de Congresos y Eventos, ser una de las precursoras en el sur del país, congregando los servicios Turísticos de la ciudad y generando beneficios para la comunidad.

### **3.2.3 Misión.**

Consolidar la imagen de Loja como destino de Congresos y eventos en el sur del Ecuador, a través de un mercadeo eficiente y efectivo, ofreciendo un destino de excelencia para eventos.

### **3.2.4 Diagnóstico situacional.**

### **3.2.5 Análisis FODA.**

#### **FORTALEZAS**

- La UTPL como generador de eventos en Loja
- Fiestas populares como Romería de la virgen del Cisne y Feria comercial Nacional e Internacional
- Comercio y comunicación constante Loja - Perú
- Restablecimiento del Consejo Cantonal de Loja como ente generador de turismo en la ciudad
- Riqueza Turística-natural
- Importante desarrollo de la planta de servicios turísticos
- Vilcabamba como referencia turística de Loja

#### **OPORTUNIDADES**

- Interés gubernamental en proyectos turísticos
- Existencia de alianzas estratégicas con otras ciudades del país
- Reconocimiento de productos y gastronomía Lojana



- Prestigio de la UTPL como generadora de Eventos académicos y culturales en el Sur del país
- Sede de importantes eventos de renombre a nivel nacional

### **DEBILIDADES**

- Falta de una cultura de servicio de calidad.
- Una infraestructura aun deficiente para turismo de negocios
- Poco interés en el turismo de Congresos y Eventos de nivel internacional
- Falta de estadísticas de ingresos por turismo de negocios a la ciudad
- Ubicación no privilegiada por la lejanía de la capital y de desfavorable acceso
- Falta de industrias sobresalientes para ferias comerciales

### **AMENAZAS**

- Inestabilidad económica del país
- Cambio de autoridades seccionales
- Cambio de políticas económicas
- Preocupación por posibles desastres naturales
- Reducción de incentivo de viaje por video conferencias

### **3.2.6 Matriz FODA**

**Tabla 17. Matriz FODA**

<p><b>MATRIZ F.O.D.A.</b> <b>Buró de Congresos y Eventos de Loja</b></p>	<p><b>F1</b> La UTPL como generador de eventos en Loja <b>F2</b> Fiestas populares como Romería de la virgen del Cisne y Feria comercial Nacional e Internacional <b>F3</b> Comercio y comunicación constante Loja - Perú <b>F4</b> Recuperación del Consejo cantón de Loja <b>F5</b> Riqueza Turística-natural <b>F6</b> Importante desarrollo de la planta de servicios turísticos <b>F7</b> Vilcabamba como referencia turística de Loja</p>	<p><b>D1</b> Falta de una cultura de servicio de calidad. <b>D2</b> Una infraestructura aun deficiente para turismo de negocios <b>D3</b> Poco interés en el turismo de Congresos y Eventos <b>D4</b> Falta de estadísticas de ingresos por turismo de negocios a la ciudad <b>D5</b> Ubicación no privilegiada por la lejanía de la capital y de desfavorable acceso <b>D6</b> Falta de industrias sobresalientes para ferias comerciales</p>
<p><b>O1</b> Interés gubernamental en proyectos turísticos <b>O2</b> Existencia de alianzas estratégicas con otras ciudades del sur país y norte del Perú <b>O3</b> Reconocimiento de productos y gastronomía Lojana <b>O4</b> Prestigio de la UTPL como generadora de Eventos académicos y culturales en el Sur del país <b>O5</b> Centro de convenciones UTPL sede de importantes</p>	<p><b>Estrategia (FO)</b> (F1,F6,F4-O2-O4,O5) La UTPL, debe fomentar aún más su calendario de eventos, aprovechando su gran prestigio como generadora de estos además congregarse el Consejo cantonal de Loja con el Buró de Convenciones para consolidar las alianzas entre el sector público y el privado (F2,F3,F7,F5-O1,O3) aprovechando la feria comercial nacional e internacional y la riqueza turística que posee Loja, con el interés del Alcalde José Bolívar Castillo en impulsar el turismo en Loja se podría generar una mayor captación de turismo e impulsar los servicios complementarios de la ciudad.</p>	<p><b>Estrategia (DO)</b> (D1,D2,D3,D4,-O4,O5) Por medio del Buró de Congresos y eventos fomentar la capacitación de la importancia de un servicio de calidad, de ofrecer instalaciones apropiadas y llevar un registro estadístico para medir cuan efectivo y productivo es el segmento de turismo de negocios en Loja. (D5,D6-O1,O2,O3) Por medio del interés que hoy existe de parte del Municipio de Loja por fomentar el turismo y por medio de alianzas con otras ciudades se puede lograr atraer ferias y otros eventos a la ciudad de Loja.</p>

eventos de renombre a nivel nacional		
<p><b>A1</b> Inestabilidad económica del país</p> <p><b>A2</b> Cambio de autoridades seccionales</p> <p><b>A3</b> Cambio de políticas económicas</p> <p><b>A4</b> Preocupación por posibles desastres naturales</p> <p><b>A5</b> Reducción de incentivo de viaje por avance de tecnología en video conferencias</p> <p><b>A6</b> Inseguridad y problemas sociales</p>	<p><b>Estrategia (FA)</b></p> <p>(F6, F3, F1- A2, A3, A1) El asegurar una ley mediante el Consejo Cantonal de turismo que ampare el constante impulso del turismo en la ciudad, de esta manera se asegurará proyectos enfocados en el turismo incluso si se diera un hipotético cambio de autoridades y políticas económicas.</p> <p>(F2, F4, F5 – A4, A5, A6) Aprovechar el avance de las tecnologías para difundir las bondades de visitar los sitios donde se realizan las conferencias y así potenciar los atractivos de la ciudad y provincia de Loja.</p>	<p><b>Estrategia (DA)</b></p> <p>(D1, D2, D3- A2, A3, A5) Reducir la falta de conocimientos y de cultura en calidad del servicio mediante capacitaciones constantes que puedan ser auspiciadas por parte de las autoridades de turno, fomentando el interés en el desarrollo del turismo de negocios.)</p> <p>(D4, D5, D6 – A1, A4, A6) Crear una gama más variada y amplia en cuanto a ferias y eventos comerciales que brinden beneficios para el turismo de la ciudad y así combatir la inestabilidad económica primeramente de la ciudad, que seguramente tendrá influencia en la economía nacional.</p>

**FUENTE:** Elaboración propia

**ELABORACIÓN:** Los autores

### **3.2.8 Objetivos estratégicos.**

### **3.2.9 Objetivo general.**

- Posicionar la ciudad de Loja a nivel local, regional y nacional, como destino de Congresos y Eventos

### **3.2.10 Objetivos específicos.**

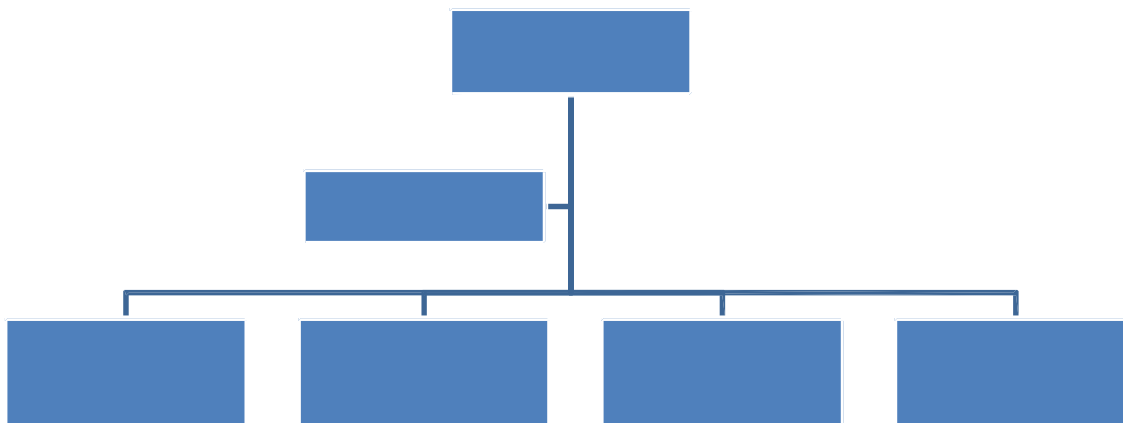
- Trabajar en conjunto para atraer eventos al sur de país, y para nuestra ciudad como sede principal.
- Ofrecer capacitaciones continuas para nuestros socios, con el objetivo de ofertar mejores servicios.
- Ofertar los servicios prestados por los miembros del Buró y de toda la ciudad en general tanto en ferias y eventos a nivel local como nacional.
- Certificar un servicio de calidad para nuestros visitantes, con el aval de nuestros socios.
- Generar informes y estadísticas de los eventos realizados en Loja, por el Buró

### **3.2.11 Plan de acción.**

Después de establecer las estrategias pertinentes que se deben emprender para poner en marcha el buró de convenciones, a continuación detallamos el plan operativo, compuesto por todas las acciones, que se deben efectuar para el funcionamiento efectivo del mismo.

### **3.2.12 Distribución operativa.**

### 3.2.13 Organigrama.



**GRÁFICO Nº 20** Organigrama organizacional del Buró de Congresos y Eventos

**FUENTE:** Buró de Convenciones de Quito

**ELABORACIÓN:** Los autores

- **Gerente General**  
Es el encargado de coordinar y dirigir las acciones del Buró y tomar decisiones ante cualquier organismo
- **Secretaria**  
Es la encargada de la coordinación de aportaciones y membresías.
- **Coordinador de Congresos y eventos**  
Es el delegado para coordinar y atraer eventos nacionales e internacionales, realizar visitas y viajes de promoción y colaborar con OPC.
- **Coordinador Administrativo**  
Encargado del manejo de recursos económicos y material publicitario, visitas de inspección
- **Coordinador de comunicaciones**  
Es el delegado para que realizar las coberturas en medios de comunicación, al igual que realiza la respectiva promoción para el Buró.

- **Contadora**

Es la responsable de llevar la contabilidad del Buró

### **3.2.14 Funciones del Buró de Congresos y Eventos.**

El Buro de Congresos y Eventos de la ciudad de Loja conformado por los principales representantes de los establecimientos turísticos de la ciudad estará a la disposición de todos los actores de todo tipo de turismo que se realice en la ciudad cumpliendo con las siguientes funciones:

- Proporcionar información turística sobre la ciudad a los participantes y turistas.
- Facilitar información sobre los congresos, eventos, ferias, reuniones y exposiciones más destacados a desarrollarse en la ciudad.
- Promocionar constantemente los eventos y encuentros que se programen en la ciudad mediante una página web y las redes sociales.
- Facilitar la llegada, alojamiento y transportación de los expositores y congresistas.
- Proporcionar información de los prestatarios de servicios turísticos en la ciudad y facilitar sus contactos.
- Brindar capacitaciones constantemente a los miembros y socios del Buró.
- Crear una base de datos sobre los eventos y la actividad turística en la ciudad mensualmente.
- Facilitar la participación de los socios y miembros del Buró en cursos y congresos con temática concerniente al turismo.
- Poner a disposición un boletín informativo el cual contenga noticias sobre la oferta en el turismo de negocios.
- Poner a disposición la información detallada de los establecimientos que acogen eventos como lo son salones de eventos de los hoteles y centros de convenciones.

### **3.2.15 Sustentación económica.**

La sustentación del Buró de Congresos y Eventos estará regida mediante las aportaciones mensuales que recibirá por parte de los todos los miembros y socios adherentes mediante los

cuales se podrá generar una fuente importante de ingresos y un sustento económico para el Buró.

El monto de las aportaciones que el Buró recibirá por parte de sus miembros y socios dependerá de la categoría y la clase de miembros con los que este cuente.

Tomando como base los estatutos del Buró de Convenciones de Quito en lo referente a los miembros, se tiene que los miembros pueden ser:

**Miembros Activos:** Son aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas, con o sin fines de lucro, habitualmente dedicadas al fomento y desarrollo del turismo, los eventos, o a la prestación de servicios o realización de actividades relacionadas con el Objeto de la Corporación, que hayan cumplido los requisitos necesarios y hayan sido aceptadas como tales por el Directorio. La mención en estos Estatutos y en sus Reglamentos de la palabra Miembro se refiere a los Activos, la mención a las otras clases de Miembros debe ser expresa.

**Miembros Honorarios:** Son aquellas personas naturales o jurídicas, a quienes por decisión del Directorio se les otorgue tal distinción por su labor de beneficio al Buró y a la actividad; y,

**Miembros Corresponsales:** Son aquellas personas naturales o jurídicas integrantes de instituciones similares del Ecuador u otros países que no realicen sus actividades dentro del domicilio de la Corporación.

Los Miembros Corresponsales y Honorarios no tienen voz ni voto en los órganos administrativos de la Corporación. El Directorio dictará el Reglamento con los requisitos mínimos para poder optar por las distintas calidades de membrecía.

De acuerdo a estas definiciones se debe clasificar a cada Miembro dependiendo de su sector en la planta turística de la ciudad. Estos sectores son:

- Alojamiento
- Alimentos y Bebidas
- Líneas aéreas
- Operadores de Turismo y Agencias de Viaje
- Organizadores de Eventos
- Servicios Técnicos para eventos

- Centros de Convenciones y Locaciones
- Entidades oficiales y gremiales
- Otros no clasificados

Para una mejor clasificación de los miembros y sus correspondientes aportaciones económicas, se ha diseñado una tabla de categorías en la cual se incluyen todos los sectores del turismo de la ciudad. Dichas categorías tienen un valor anual diferente según su función y su aporte turístico para Loja. La clasificación puede ser modificada por el Directorio del Buró de acuerdo a su conveniencia o en caso de alguna disconformidad por parte de los miembros.

La clasificación es la siguiente:

**Tabla 48.** Categorías de miembros del Buró de Congresos y Eventos

CATEGORÍA A	Centros de Convenciones, Salones de eventos, Recintos de concentración y Servicios técnicos para eventos.
CATEGORÍA B	Operadores de Turismo mayoristas y Agencias de Viajes.
CATEGORÍA C	Alojamiento y Alimentos y bebidas.
CATEGORÍA D	Entidades oficiales y gremiales, Universidades.
CATEGORÍA E	Organizadores de Eventos.

**FUENTE:** Elaboración propia

**ELABORACIÓN:** Los autores



### **3.2.16 Beneficios que ofrece el buró de visitantes y convenciones a sus miembros.**

- Presencia publicitaria en la página web del Buró mediante un link directo a la página de cada empresa.
- Presencia en el resto de material de promoción del buró que se produjera.
- Capacitaciones constantes dirigidas a los miembros de cada empresa.
- Distribución de las bases de datos que se genere sobre cada evento realizado.
- Promoción y auspicio de los servicios de cada empresa en los eventos que se realicen nacional e internacionalmente.
- Facilitación de gestión de trámites y permisos necesarios para la realización de eventos.
- Vinculación con establecimientos prestadores de servicios.
- Banco de fotos.

### **Obligaciones y derechos de los miembros**

Dentro de los estatutos del Buró de Convenciones de Quito se encuentran los Derechos y Obligaciones de los Miembros para con el Buró de Congresos y Eventos, los cuales han sido modificados y establecidos de acuerdo con las necesidades de la ciudad de Loja ya que consideramos necesario su incorporación para el buen funcionamiento y los cuales detallamos a continuación:

#### **• Obligaciones**

- Abonar puntualmente las cuotas y aportaciones.
- Prestar un servicio de óptima calidad y manejar su actividad con profesionalismo y diligencia.
- Cumplir las condiciones contractuales con sus clientes.
- Facilitar al Buró la información periódica que se le requiera sobre su actividad y el desarrollo de congresos, ferias, convenciones, viaje de incentivos y eventos en general, ya sea ellos hayan participado o que tengan conocimiento por otros medios.
- Difundir los datos estadísticos e informativos sobre los eventos realizados en Loja a organismos nacionales e internacionales especializados.
- Informar sobre las irregularidades o faltas de ética profesional que pueda detectar en el sector, a ser posible de forma documentada.

- Respetar los buenos usos y prácticas comerciales.
- Notificar al Buró de Congresos y Eventos de Loja los cambios realizados en la administración y datos de registro de la empresa.
- Cumplir los presentes estatutos y resoluciones de sus Órganos, encargos y comisiones.
- **Derechos**
  - Constar como, dar a conocer y publicitar su condición de Miembro del Buró de Congresos y Eventos de Loja.
  - Constar como Miembro en las publicaciones que emita el Buró de Congresos y Eventos de Loja.
  - Acceder al boletín confidencial de noticias.
  - Recibir el calendario de congresos, ferias, viajes de incentivos y eventos en general, y la información necesaria para establecer contactos comerciales.
  - Acceder al banco de datos del Buró de Congresos y Eventos de Loja para su uso privado.
  - Solicitar el soporte del Buró de Congresos y Eventos de Loja en la presentación de candidaturas para ser Miembro, que procedan de su propia iniciativa o de clientes propios.
  - Solicitar la donación de material de promoción del Buró de Congresos y Eventos de Loja para acciones promocionales, siempre que el Miembro justifique su uso y destino.
  - Acceder a los demás servicios que ofrezca el Buró.

### **3.2.17 Fuentes de ingreso económico.**

Una vez que el Buró de Congresos y Eventos se haya establecido como un organismo en funcionamiento será sustentado mediante las aportaciones mensuales y anuales por parte de los Miembros públicos y privados del Buró; así como también mediante los ingresos económicos que se generen de las actividades y eventos que se realicen.

### **3.2.18 Marco presupuestario general anual.**

Este presupuesto está realizado en base a las cuotas de los miembros iniciales del Buró, y la venta de servicios los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 19.** Presupuesto para el funcionamiento del Buró de Congresos y Eventos

<b>PRESUPUESTO ANUAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL BURÓ DE CONGRESOS Y EVENTOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>
<b>INGRESOS POR SERVICIO</b>	<b>\$ 38.200</b>	
Aportaciones de miembros	\$ 9.200	
Ingresos por eventos	\$ 29.000	
<b>DONACIONES</b>	<b>\$2.200</b>	
Entidades de gobierno		
Entidad "PRENDHO"		
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>\$2.200</b>	
Auspicios generales		
<b>GASTOS EN PERSONAL</b>		<b>\$31.800</b>
Sueldos básicos		\$26.400
Seguridad social		\$5.400
<b>BIENES Y SERVICIOS</b>		<b>\$10.600</b>
Servicios Básicos		\$7.000
Estudios y capacitaciones		\$2.000
Página web		\$400
papelería impresa		\$1.200
<b>TOTAL</b>	<b>\$42.400</b>	<b>\$42.400</b>

**FUENTE:** Elaboración propia

**ELABORACIÓN:** Los autores

### **3.2.19 Ubicación sectorial y física.**

Puesto que dentro de la UTPL funciona el Centro de Emprendimiento “PRENDHO”, el cual funciona como una impulsadora de empresas y emprendimiento, hemos creído conveniente que las instalaciones del Buró deben funcionar dentro de este Centro de Emprendimiento; después de haber dialogado con el Ing. Luis Torres, uno de los representantes del mismo, hemos definido la aprobación para dicho funcionamiento dentro de la Universidad, cuya dirección es la siguiente:

Ciudad: Loja

Ciudadela: San Cayetano alto.

Bajos del edificio UCTI.

Ciudad Loja, Provincia Loja

### **4. Cronograma de actividades para generar eventos en Loja.**

Otra propuesta para la generación de eventos en la ciudad de Loja y el progreso del turismo de Eventos es la creación de un cronograma anual de actividades cuyo objetivo es la concentración de los sectores más representativos de la ciudad para con su participación crear y organizar Congresos anuales con las temáticas relacionadas con cada sector, siendo estos uno por mes. Dentro de cada uno de los Congresos se pretende contar con la participación de Ponentes y Expositores internacionales especialistas en las temática para cada sector, y a la vez ofrecer un beneficio educativo a los actores involucrados en cada sector con el fin de que mejoren sus servicios a la sociedad, pero principalmente lo que se busca es el posicionamiento de Loja como un destino de Turismo de Negocios mediante la oferta de dichos eventos.

Para un mejor entendimiento el cronograma se distribuye de la siguiente manera

**Tabla 20.** Cronograma de actividades mensuales para Eventos en la ciudad de Loja.

<b>MES</b>	<b>SECTOR CON EL QUE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Enero	Comerciantes	<b>Talleres:</b> Servicio, exposiciones, capacitaciones, atención al cliente.
Febrero	Sector hotelero	<b>Congreso:</b> Actualización, exposiciones, capacitaciones, viaje de incentivo.
Marzo	Transporte turístico	<b>Talleres:</b> Servicio, capacitaciones, planificación y logística de traslado a eventos
Abril	Centros de Convenciones	<b>Seminario:</b> Cursos de actualizaciones, viajes de incentivos
Mayo	Restaurantes	<b>Feria:</b> Exposiciones, degustaciones, talleres
Junio	Agencias de viajes	<b>Seminarios:</b> Captación de turismo RICE, paquetes turísticos e incentivos.
Julio	Agentes de turismo públicos	<b>Seminario:</b> Situación realidad de la empresa turística, experiencias, ronda de encuentro
Agosto	Bares y discotecas	<b>Talleres:</b> Organización, producción de eventos, presentación de nuevos productos, capacitación
Septiembre	Medios de comunicación	<b>Seminario:</b> Eventos y comunicación, acciones e inversiones para publicitar eventos
Octubre	Universidades	<b>Congreso:</b> Segmento RICE, gestión de recursos humanos en segmento de reuniones.
Noviembre	Municipios	<b>Talleres:</b> políticas de desarrollo del segmento RICE, gestión de la empresa público-privada
Diciembre	Organizaciones no gubernamentales	<b>Talleres:</b> Desarrollo de proyectos turísticos e incentivos para generar eventos

De esta manera se trabajará cada mes con un sector diferente, creando y llevando a cabo encuentros en los que se beneficie cada uno de ellos respectivamente y a la vez el sector turístico de Loja.

## CONCLUSIONES

Luego de la investigación realizada en fuentes bibliográficas, en instituciones públicas como privadas generadoras de turismo en Loja y en asistentes a eventos de la ciudad, utilizando métodos como encuestas y entrevistas podemos concluir que

- La ciudad de Loja es una de las principales sedes de eventos en el sur del país demostrándose en eventos realizados por la UTPL en años anteriores, así como los realizados en el periodo de investigación de este trabajo, además su prestigio en todo el país, son grandes ventajas que posibilitan el posicionamiento de la ciudad como anfitriona de diferentes eventos a nivel nacional.
- Se pudo evidenciar que existe una mayor afluencia de asistentes a eventos de tipo académico en la ciudad, como congresos seminarios, talleres, simposios, etc. ya que estos demuestran el perfil de preferencia de asistencia a eventos, que por lo tanto muestran el potencial de Loja y la organización de la Unidad de eventos de la UTPL.
- En las encuestas realizadas en eventos de la UTPL la mayor parte de los asistentes se han interesado por visitar los atractivos turísticos durante su estadía en Loja pero, los organismos de turismo, no se han preocupado por incluir actividades en sus programas y ofrecer las diferentes opciones con las que cuenta Loja, y así perdiendo la oportunidad de captar este importante segmento de turismo.
- En la presente investigación se pudo evidenciar la falta de trabajo en equipo entre el sector turístico público como privado, ya que en las diferentes entrevistas a los entes de turismo en Loja, se escuchó diferentes criterios que daban a conocer la falta de interés y las críticas de manejo del turismo en la ciudad
- En la presente investigación se pudo evidenciar que la UTPL lleva estadísticas solo de sus eventos y es un precedente como entidad que coordina esta actividad en la ciudad, pero no existe datos estadísticos de visitantes por turismo de reuniones ni su derrame económico en la ciudad, de allí surge la importancia de las funciones del Buró de

Congresos y Eventos para generar esta información y medir los beneficios así como la oferta y demanda del mismo.



## RECOMENDACIONES

- Presentar al Consejo Cantonal de Loja una propuesta de alianzas entre empresas públicas como privadas de turismo, con el fin de evaluar e integrar el segmento de turismo de reuniones a esta entidad.
- Diseñar e impartir cursos de capacitación y actualización en materia de organización, prestación de servicios, para empresas turísticas de la ciudad, con el fin de alcanzar los estándares requeridos en prestación de servicios para este segmento de turismo.
- Realizar una promoción de los sitios de interés de Loja y su provincia a través de los eventos que se realicen en la ciudad, mediante la difusión de medios impresos como digitales, los cuales podrían ser auspiciados por los entes de turismo en Loja y empresas interesadas en promocionar sus servicios.
- Promover alianzas estratégicas entre las empresas públicas y privadas del sector turístico, para crear y ofertar un producto a los visitantes, con incentivos de reducción de tarifas en temporadas bajas, para así generar una motivación tanto para el organizador como para el asistente a eventos en la ciudad.
- Programar la creación del Buró de Congresos y Eventos para Loja como una entidad coordinadora de eventos en la ciudad, que capte, promocióne y dirija esta actividad con el fin de posicionar Loja como anfitriona de eventos en el sur del país.
- Incluir dentro de los eventos, actividades de visitas a los principales atractivos turísticos de la ciudad por medio de la entidad de captación de eventos de la ciudad, para así promover el destino sede.
- Producir un registro de estadísticas donde revele las cifras del turismo de reuniones en la ciudad, con lo que posibilite conocer el perfil, su nivel de satisfacción, su capacidad de gasto etc. y así identificar una serie de datos como demanda, mejora de servicios, rentabilidad etc.

## BIBLIOGRAFÍA

### Referencias bibliográficas

- Acerenza, Miguel Ángel (1996). *Promoción turística, Un enfoque metodológico*. Editorial Trillas México.
- Cárdenas Tabares, Fabio. (1983). *Comercialización del Turismo, Determinación y Análisis de mercados*. Editorial Trillas.
- Cravioto, Tonatiuh, (2007). *Organización de Congresos y Convenciones*. Editorial Trillas.
- Crónica Matinal, (2013, 01 de Noviembre). *Loja y el Turismo*. Crónica, p3
- Peña Guzmán, Diana (2004). *Organización y Operación de eventos especiales Congresos Convenciones y Reuniones*. Editorial Trillas.
- YÉPEZ YADIRA 2013 “Creación de un buró de convenciones para el centro cultural Nicolás Herrera en la ciudad de Ibarra” Tes. Ing. C. Universidad Técnica del Norte Fac. Cien.Adm.

### Referencias internet

- Hosteltur, (s.f), *Datos de ICCA*, recuperado el 05 de Noviembre del 2013, en: [http://www.hosteltur.com/154420\\_turismo-congresos-crece-casi-9-latinoamerica.html](http://www.hosteltur.com/154420_turismo-congresos-crece-casi-9-latinoamerica.html)
- *International Congress and Convention Associations*. Recuperado en 04 de Noviembre del 2013, en: [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com)
- *Sectur*. Recuperado en 01 de noviembre del 2013, en: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Turismo\\_de\\_Negocios](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_de_Negocios)
- Universidad Técnica Particular de Loja, *Congresos y Eventos*, (s.f), recuperado el 01 de noviembre del 2013, en: <http://eventos.utpl.edu.ec/resumen-eventos>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-convenciones-de-desarrollo-empresarial-y-de-comercio-movilizan-mas-a-guayaquil-554921.html>. Recuperado en 14 de diciembre del 2013
- <http://www.eventosecuador.com/eventos-en-salinas.php>. Recuperado el 20 de diciembre del 2013
- [http://www.quitoturismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion\\_referencial/C%20PLAN-MICE.pdf](http://www.quitoturismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/C%20PLAN-MICE.pdf). Recuperado el 22 de diciembre del 2013

- <http://cronica.com.ec/index.php/reportajes/item/63039-feria-cambi%C3%B3-denominaci%C3%B3n-y-la-convocatoria-es-mayor>. Recuperado 5 de enero del 2014
- <http://eventosecuador.com/noticias/ciudades-destino-para-congresos-y-convenciones-en-ecuador/>. Recuperado 6 de enero del 2014
- <http://www.semana.ec/ediciones/2013/07/28/actualidad/actualidad/guayaquil-es-tu-destino-turistico/>. Recuperado 7 de enero del 2014
- <http://www.monografias.com/trabajos93/estrategias-impulsar-ventas-turismo-congresos-y-convenciones/estrategias-impulsar-ventas-turismo-congresos-y-convenciones.shtml>. Recuperado 18 de enero del 2014
- [http://www.cardinalecuador.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=244:el-turismo-de-negocios-como-fuente-de-crecimiento-local&catid=41:opinion&Itemid=28](http://www.cardinalecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=244:el-turismo-de-negocios-como-fuente-de-crecimiento-local&catid=41:opinion&Itemid=28). Recuperado 20 de febrero del 2014
- <http://www.elmercurio.com.ec/401928-cuenca-como-destino-de-convenciones-y-eventos/#.UvuvhEJ5PZ8>. Recuperado 26 de febrero del 2014
- <http://www.centrosdeconvencionesycongresos.com/ecuador/cuenca/>. Recuperado 3 de marzo del 2014
- <http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=4020#sthash.7eOimPu8.dpuf> Recuperado 15 de marzo del 2014
- [www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1604](http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1604). Recuperado 5 de abril del 2014
- [http://www.captur.travel/web2011/estadisticas\\_turisticas/estadistica.html](http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html). Recuperado 17 de abril del 2014
- <http://www.slideshare.net/helodtk1/factibilidad-tecnica-operativa-y-economica-20908957>. Recuperado 28 de abril del 2014
- <http://www.internacionaleventos.com/Articulos/Boletin1-IE.pdf>. Recuperado 4 de mayo del 2014
- <http://www.iiap.org.pe/promamazonia/sbiocomercio/Upload%5CHerramientaBiocomercio%5CDocumentos/2.pdf>. Recuperado 17 de mayo del 2014
- <http://www.slideshare.net/katherine14/estructura-de-la-propuesta>. Recuperado 3 de junio del 2014
- <http://www.convencionesmichoacan.com.mx/fiprotur.php>. Recuperado 12 de junio del 2014
- <http://www.plazamayor.com.co/site/images/stories/Pdf/org%20final.pdf>. Recuperado 22 de junio del 2014.

- <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/feria-internacional-loja-tendra-seguro.html>. Recuperado el 08 de septiembre del 2014
- <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/24113100127eb777-0830-4272-88fc-23210eec9c68>. Recuperado el 10 de septiembre del 2014

## **Referencias entrevistas**

- Mgs. María Augusta León **(Coordinadora Zona 7 MINTUR)**
- Sr. Gustavo Carrión Conde **(Presidente Cámara Provincial de turismo en Loja CAPTUR)**
- Ing. Luis Suarez **(Presidente Asociación de hoteles de Loja AHOTEL)**
- ing. Paola Ruiz **(Directora de ITUR Municipio)**
- **Sr. Lino Jiménez. (Presidente de Organización de Restaurantes de Loja ORL)**
- Licda. Jacqueline Samaniego **(Presidenta asociación de agencias de viajes Loja ASE CUT)**
- Ing. Karina Chamba **(Unidad de Congresos y Eventos UTPL)**
- ing. María Auxiliadora Hurtado **(Gerente TAME)**
- Lic. Hernán Fierro **(Presidente Asociación de transporte Turístico de Loja)**
- Lic. Beatriz Jaramillo **(Gerente centro de convenciones Punzara)**
- Sr. Manuel Bustamante **(Asesor Plan Binacional)**

## ANEXOS

### 1. Formato de encuestas

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO



#### ENCUESTA PERFIL DEL TURISTA DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

##### 1. Edad

1. 20 – 30 ( )
2. 31 – 40 ( )
3. 41 – 50 ( )
4. 51 – 60 ( )

##### 2. Género

1. Masculino ( )
2. Femenino ( )

##### 3. Nacionalidad

1. País: .....
2. Ciudad: .....
3. Vive en Loja: .....

(En caso de ser residente de la ciudad de Loja pase a la pregunta N°8, caso contrario continúe)

**4. En promedio, cuánto gasta cada día por persona?**

1. < 40 dólares ( )
2. 40-60 dólares ( )
3. 61-80 dólares ( )
4. 81-90 dólares ( )
5. > 91 dólares ( )

**5. ¿Qué medio de hospedaje utiliza usted en la ciudad de Loja?**

1. Hotel ( )
2. Hostal ( )
3. Hostería ( )
4. Pensión ( )
5. Casa de familiares ( )
6. Casa de amigos ( )
7. Otros. ¿Cuáles?.....

**6. ¿Cuáles son los medios de transporte que utilizó para llegar a la ciudad de Loja?**

1. Transporte público ( )
2. Vehículo propio ( )
3. Aerolínea ( )
4. Transporte de la empresa ( )

**7. ¿Cuál es el grado de satisfacción de los servicios prestados en la ciudad (Alimentación, transporte, hospedaje)?**

1. Muy satisfactorio ( )
2. Satisfactorio ( )
3. Poco satisfactorio ( )
4. Insatisfactorio ( )

**8. ¿Cuál es su principal interés durante su estancia en Loja?**

1. Turismo de negocios ( )
2. Turismo académico ( )
3. Turismo de aventura ( )
4. Deportes y actividades en la naturaleza ( )
5. Participación en eventos
6. Visitar sitios de arqueología y museos ( )
7. Paisajes y escenarios naturales ( )
8. Turismo religioso ( )

- 9. Ocio ( )
- 8. Otro, especificar .....

**9. ¿Cuál es la actividad de distracción que realiza con más frecuencia en la ciudad además de las correspondientes al evento?**

- 1. Cines ( )
  - 2. Bares y discotecas ( )
  - 3. Parques recreacionales ( )
  - 4. Visita de museos ( )
  - 5. Visita de iglesias ( )
  - 6. Visita a lugares turísticos como: Malacatos ( ) Vilcabamba ( ) Catamayo ( )  
El Cisne ( )
  - 7. Otros ( )
- ¿Cuáles?: .....

**10. ¿Ha asistido anteriormente a un evento realizado en la ciudad de Loja?**

- 1. Si ( )
- 2. No ( )

**11. En qué tipo de evento ha participado?**

- 1. Evento académico ( )
- 2. Evento religioso ( )
- 3. Evento deportivo ( )
- 4. Evento cultural ( )
- 5. Evento recreativo ( )

**12. ¿Ha asistido a este tipo de eventos en otra ciudad del país? ¿Cuál?**

- 1. Quito ( )
  - 2. Guayaquil ( )
  - 3. Cuenca ( )
  - 4. Loja ( )
  - 5. Otras
- ¿Cuáles?.....



**13. ¿Con que frecuencia usted asiste a un evento?**

- 1. Una vez al mes ( )
- 2. Dos veces al mes ( )
- 3. Tres veces al mes ( )
- 4. Cuatro o más veces al mes ( )

**14. ¿Hubiera preferido que el evento se realizara en otra ciudad / sede? ¿Por qué?**

SI: ( )

NO: ( )

¿Porqué?

.....  
.....

**15. Califique la calidad de las siguientes actividades dentro del evento siendo: 1 Muy satisfactorio 2 Satisfactorio 3 Poco satisfactorio 4 Insatisfactorio**

- 1. Infraestructura: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 2. Facilidades técnicas: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 3. Organización: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 4. Talleres y encuentros: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 5. Ponentes: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 6. Alimentos y bebidas: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 7. City tour: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )
- 8. Presentaciones culturales: 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) No asistió ( )

**16. Seleccione el área que alcanzó sus expectativas durante el evento**

- 1. Expositores ( )
- 2. Número de asistentes ( )
- 3. Oportunidades profesionales y de networking ( )
- 4. Asistencia prestada durante el evento ( )
- 5. Calidad de los contactos realizados ( )

**17. ¿Para usted cual sería el mejor lugar para realizar un evento en la Loja? Y porque?**

- 1. Centro de convenciones UTPL ( )
- 2. Centro de convenciones Punzara ( )
- 3. Centro de convenciones San Juan de Dios ( )
- 4. Centro cultural Alfredo Mora Reyes ( )
- 5. Salón de Eventos de un Hotel ( )
- 6. Otros ( )

¿Por qué?

.....  
.....

**18. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual le gustaría recibir información sobre los eventos que se realizan en la ciudad de Loja?**

1. Correo electrónico ( )
2. Boletines ( )
3. Redes Sociales ( )
4. Página web ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

## 2. Formato de Entrevista

### ENTREVISTA

- ¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?
- ¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?
- Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?
- ¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.
- ¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?
- El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?
- Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.
- Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?

- En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.

### 3. Entrevistas

#### ENTREVISTA Nº 1

##### Entrevista realizada a Lic. Beatriz Jaramillo (Gerente Centro de Convenciones Punzara)

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

De acuerdo a las declaraciones de la gerente del centro de Convenciones Punzara, la ciudad cuenta con varios tipos de turismo en desarrollo, aunque según su criterio en la ciudad se está abandonando la oferta en el turismo de negocios, como se estaba realizando años atrás y opina que se lo debería impulsar, ya que la ciudad se benefició en gran medida de este tipo de turismo.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

La gerente de C.C.Punzara afirma, que el turismo religioso es el de más convocatoria y seguido de este el académico, conocido ya, por toda la ciudadanía que se han sido atraídos y organizados en la Universidad Técnica de Loja, quien es el más capacitado para realizarlos tanto por su experiencia como por sus instalaciones.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

De acuerdo con la gerente del Centro de Convenciones Punzara, la infraestructura con la que cuenta la ciudad es suficiente para acoger este tipo de eventos, pero que también es necesario fomentar la creación de eventos para que la ocupación de la planta turística esta plenamente satisfecha.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Según afirma la Lic. Beatriz Jaramillo que si el propósito es unir a los actores de turismo de Loja y en beneficio de todos trabajar para atraer este segmento de turismo, le parece importante conseguir dichas alianzas para fortalecer una oferta.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

La Gerente de Centro de Convenciones Punzara cree que es posible y necesario que exista un organismo que se encargue de atraer eventos a Loja y que una página web es una buena herramienta con participación de organismos de turismo para ofertar a Loja y sus servicios

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Según la Lic. Beatriz Jaramillo opina que la aportación de 200 dólares anuales estaría acorde a la categoría de su centro de convenciones y que los aportes deben realizarse, midiendo las categorías de cada negocio, por el beneficio que reciba el visitante y la productividad de todos los sectores que prestan servicios en la ciudad.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa**

Según la Gerente de Punzara los beneficios son vistos como positivos y según la medida de los resultados de esta publicidad se certificara su sustentabilidad, además de ello opina que esta publicidad debe tener apoyo del sector público para validar su credibilidad y funcionalidad.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según la Lic. Beatriz otros medios en que se podrían realizar promoción para la ciudad serían por medios televisivos, radiales, flayers el sello de la página web en materiales de oficina y promocionar la página web en otras páginas de Buros del Ecuador y de otros países.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

La gerente de centro de Convenciones Punzara, opina que el Buró de convenciones debería ser independiente, con la finalidad que no exista intereses de parte de cualquier de los sectores tanto públicos como privados.

## ENTREVISTA Nº 2

Entrevista realizada a la Licda. Jacqueline Samaniego (Presidenta asociación de agencias de viajes Loja ASECU T)

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según lo que manifiesta la Lic. Jacqueline Samaniego lo más sobresaliente del Turismo en Loja es el de salud por lo que sobresale a nivel nacional e internacional Vilcabamba, por parte del turismo de congresos es muy insipiente en la ciudad de Loja, ya que ha declinado su desarrollo.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

La Lic. Jacqueline S. afirma que el tipo de eventos son académicos en todas las especialidades, y que ellos son generados por la Universidad Técnica particular de Loja, y que de otras entidades es muy baja la producción de eventos.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Según la Presidenta de ASECU T, afirma que la infraestructura de Loja es suficiente para el tipo de turismo de congresos y eventos, que dicha infraestructura se está desperdiciando, porque no se ha trabajado en materia de eventos, quizá debido a la no existencia de acuerdos entre empresas de turismo.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

La Lic. Jaqueline Samaniego afirma estar de acuerdo con que exista una alianza entre actores del turismo ya que eso beneficiaría no solo a actores directos sino también los actores indirectos, y confía que solo así se podría consolidar este segmento de turismo en Loja

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Congresos y Eventos que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Según la presidenta de ASECU, la creación de un Buró de Congresos y Eventos es una magnífica idea ya que Loja necesita integrar sus ofertas así como promocionarlas al igual que canalizar las necesidades de todos los actores del turismo en Loja, así como la mejora de servicios para poder presentar a este segmento lo necesario para su satisfacción.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Congresos y Eventos aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Según la presidenta de ASECU, está muy entusiasmada de formar parte de este organismo, afirma que estas aportaciones deben ir acorde a los beneficios recibidos por el Buró, pero un valor estimado para comenzar esta entidad es de unos 100 a 200 dólares.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa**

La Lic. Jacqueline Samaniego lo ve como positivo los beneficios recibidos del Buro ya que como parte de este, va a tener acceso a clientes en toda temporada del año y sus servicios van a ser primordiales en este organismo así como para todos los que rodean este segmento de turismo.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según la Lic. Jacqueline Samaniego otros medios de promoción que podrían impactar en la captación de este tipo de turismo serían por medio de boletines de prensa además de esto las redes sociales que hoy en día están marcando más que otro medio y convenios con universidades y otros organismos afines que realizan actividades en este segmento de turismo.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Según la presidenta de ASECU, afirma que el lugar más apropiado para que funcione este Buró, es un organismo que tenga el conocimiento o la experiencia en materia de turismo y sobre todo en este segmento específico, para que se pueda coordinar con ellos las actividades y servicios a ofrecer

### ENTREVISTA Nº3

Entrevista realizada a la ing. Paola Ruiz (Directora de ITUR Municipio)

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según la Directora de ITUR, y en los estudios realizados cree que no tenemos un segmento específico, pero se están desarrollando en Loja mayoritariamente un turismo de salud y luego de ello de eventos, por la atracción de la UTPL

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según la ing. Paola Ruiz la mayor generación en eventos se realizan de tipo académico, que se deberían fomentar aún más, ya que Loja ya tiene un prestigio en este segmento y se podría generar un espacio para impulsarlo para beneficio de todos.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

La ing. Ruiz, afirma que nuestros establecimientos para servicios turísticos, están acorde a nuestra ciudad para ser sede de medianos eventos, que aún nos falta calidad en los servicios para este segmento que es exigente en los mismos y que por medio de capacitaciones y acuerdos se podría superar estas deficiencias.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional e internacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Según la representante de ITUR, cree que son muy importantes estas alianzas, que se debe poner en análisis y sobre todo que se aplique por el bien del sector turístico como de la comunidad, por lo que no se puede trabajar la actividad turística de manera aislada

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos?**

Según Paola Ruiz lo ve como posible una integración del sector turístico así como con la comunidad, además de ello piensa que es viable presentarlo al Consejo Cantonal de Loja para



evaluar esta propuesta, afirma Ruiz que, una manera eficaz de usar la promoción son medios electrónicos para posicionar a Loja como destino de Congresos y Eventos

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

La ing. Paola Ruiz manifiesta, para que existan aportaciones deberían analizarse los beneficios a obtener por ser miembros y según una categorización se deberían igualmente fijar estas, así mismo piensa que según el despunte de este organismo se deberían dar las aportaciones y que una aportación de 200 dólares anuales sería un valor inicial.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa**

Según la directora de ITUR, está de acuerdo con estos beneficios y piensa que a más de estos se debería llegar a establecer convenios con otros Buros del país y así mismo con otras instituciones de turismo del país para lograr más beneficios de este organismo.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según La directora de ITUR, otro medio de promoción para la ciudad en Turismo de Congresos, es que se canalicen los esfuerzos por medio del fomento o iniciativa del Consejo Cantonal y conjuntamente con el Buró buscar y realizar estrategias de difusión por medios digitales y físicos.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

La ing. Paola Ruiz cree que sería un lugar estratégico para este Buro, que se adjunte al Consejo Cantonal de Loja, ya que los dos organismos manejarían objetivos y actividades similares y al igual complementarios para su funcionamiento.

#### ENTREVISTA Nº4

**Entrevista realizada al Lic. Hernán Fierro (Presidente Asociación de transporte Turístico de Loja)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según el Lic. Hernán Fierro piensa que el turismo de eventos se ha generado en estos últimos años, por la UTPL, ya que el lleva 12 años en el medio y ha percibido que este turismo se lo explotó en años pasados, y que otros tipos de turismo no se genera con regularidad en la ciudad.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según el presidente del transporte turístico, conoce que en Loja se generan eventos de tipo académico organizados ya sea por la UTPL o por la UNL y en menor medida por la UIE sede Loja, piensa que impulsando más este segmento se pudiera generar más divisas para la ciudad

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Según el Lic. Hernán Fierro piensa que la infraestructura de la ciudad está en condiciones para acoger este segmento de turismo ya que afirma ser miembro de la Cámara de Turismo de Loja CAPTUR y que según datos de ellos sus plazas y sus servicios son adecuados para todo tipo de eventos.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

El Lic. Fierro piensa que es importante la alianza entre actores del turismo con un slogan “solo unidos sacaremos adelante el turismo en la región Sur del país” el sr. Opina que debería existir un relevo en las autoridades encargadas del Turismo en Loja, ya que manifiesta existen personas más capacitadas, y que así se podría trabajar para posicionar este segmento y todos en general del turismo.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Congresos y eventos que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

El presidente de transporte turístico afirma que la conformación de este Buro de Congresos y Eventos es de gran importancia ya que sus servicios necesitan ser promocionados y consolidados

a nivel local, regional y nacional, ya que esta es una oportunidad para lograr posicionar y fomentar este tipo de turismo y los atractivos de la ciudad en general.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones anuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Según el Lic. Fierro piensa que las aportaciones y membresías deben manejarse según el consenso al que se llegue con los demás miembros del Buró, ya que esto tendrá que ir conforme a los beneficios y un valor aproximado anual de 200 dólares, se lo puede reconocer como viable.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Para el presidente de la Asociación de transporte turístico, estos beneficios pueden ayudar a consolidar la oferta de nuestras empresas, y es muy beneficioso que se lleguen a dar ya que esto nos ayudaría a competir con otras ciudades y otras empresas de transporte que tienen monopolizado el mercado.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según el Lic. Fierro cree que los medios de comunicación digitales en la actualidad son muy efectivos como esta página web que se está mencionando, además de estos piensa que la presencia en medios como la televisión son efectivos para la promoción de este Buró y el turismo de Loja en general.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Para el presidente de la Asociación de transporte turístico de Loja, piensa que este organismo se debe manejar de forma independiente, para que sus acciones se realicen sin compromisos, tanto con la parte pública como de la privada.

## ENTREVISTA Nº5

**Entrevista realizada al Lic. Lino Jiménez (Presidente de Organización de restaurantes de Loja ORL)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según el presidente de ORL, Loja ha desarrollado de alguna manera el turismo de congresos y eventos y luego de esto el turismo religioso, y que debemos explotar a nuestra ciudad con su marca que tiene como capital musical y cultural del país.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según Jiménez, afirma que el tipo de eventos que se han generado en Loja han sido de tipo académico, y estos han tenido un gran apoyo y en su gran mayoría han sido promovidos por la UTPL, y este se desarrolló con más intensidad en años pasados.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Según el presidente de ORL, piensa que las plazas existentes en la ciudad son suficientes para albergar este tipo de turismo, que por ejemplo en hospedaje existe una ocupación del 40% que en lo que respecta a establecimientos de A&B, no todos están en capacidad de recibir turismo, que por ello se está trabajando en un programa de capacitación con el objetivo de cambiar esta realidad.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

EL Lic. Lino Jiménez afirma que se deben dar estas alianzas en nuestra ciudad, ya que el Consejo Cantonal de Loja ya tiene esta iniciativa y que dentro de este se puede proponer al segmento de reuniones para desde aquí impulsar su desarrollo.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Congresos y Eventos que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Según el presidente de ORL, cree que sería un éxito que se lograra conformar este Buró de Congresos ya que alcanzaría de mejor forma los objetivos como empresas turísticas y no de manera aislada como se lo ha estado trabajando y cree que una página web es un gran recurso para lograrlo

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones anuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Según el presidente de ORL, cree que esta integración con los actores de turismo es importante, y los miembros de este Buró deben trabajar en conjunto para que todos estén dispuestos a contribuir y un aporte de 200 dólares sería un valor para iniciar cualquier actividad.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Según Lino Jiménez estos beneficios son precisos para la realidad de nuestra ciudad, ya que es importante que se difundan los servicios de las empresas miembros y esta garantizaría un sinónimo de calidad para quienes pertenecen al Buró de Congresos y por ende a sus clientes.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Jiménez asegura que no solo por la página web se podría promocionar la ciudad sino también con presencia en ferias no solo locales sino también nacionales y que esto por falta de planificación no se ha hecho, ya que estas ferias son una gran oportunidad para presentar a Loja como destino de Congresos y eventos. Así mismo en las revistas nacionales ya se ve un calendario de eventos y porque no Loja pueda presentar allí sus eventos.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Según Jiménez cree que este organismo debería funcionar adjunto a la Universidad Técnica de Loja, ya que ellos llevan una gran trayectoria en el manejo de eventos y si no es posible que se lleve a cabo allí, que se lo conforme con una asesoría de esta entidad de forma independiente.

## ENTREVISTA Nº6

Entrevista realizada al Ing. Luis Suarez (Presidente Asociación de hoteles de Loja AHOTEL)

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

El ing. Luis Suarez cree que se está generando turismo religioso, aventura y de salud pero que no tienen esta actividad constante como se requeriría para beneficio de los entes de turismo de la ciudad, el desarrollo del turismo de Congresos ha sido importante en los últimos años y es una actividad que se debería impulsar.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según el Presidente de AHOTEL, piensa que en Loja se han realizado o se ha trabajado más en eventos académicos y que según su punto de vista estos han generado grandes beneficios para la ciudad y para la universidad que obtenga ese prestigio como ente que atrae este segmento de turismo.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

El presidente de AHOTEL, manifiesta que la planta hotelera de la ciudad está preparada para recibir este tipo de turismo y cualquiera en general, en su punto de vista cree que está fallando en la promoción, organización y operación interna de algunas empresas de servicios.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Para el ing. Suarez, la conformación de alianzas es posible mediante la asociación público privada entre las empresas que ofertan los tipos de servicios turísticos y las universidades que son las encargadas del desarrollo del conocimiento y el estado que es quien maneja las promociones del turismo.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Para el Presidente de AHOTEL cree que si se puede integrar la oferta existente y que este Buró lo podría hacer, ya que en Loja nos falta promoción, organización y operación de este segmento, al igual crear un paquete o producto para presentarlo en la página web y así tener que vender.

- **El Buró de Congresos y Eventos trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte**

**de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

El ing. Suarez opina que ser miembro del Buró de Congresos sería muy beneficioso, y que aquellas aportaciones dependerían de producto que se presente o de los patrocinios que se logren con este organismo, así como de la credibilidad de la organización, y así un aporte estimado de 200 dólares anuales sería un valor prudente para empezar

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

EL presidente de AHOTEL, cree que estos beneficios, eran los esperados para conseguir que las empresas de turismo de la ciudad, tengan unidad y presencia en otros medios y esto es beneficioso para todos ya que todo tipo de turismo se puede desarrollar a partir de esta propuesta.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según el ing. Suarez, piensa que los medios electrónicos como página web en redes sociales serian un medio eficaz para promoción, luego de estos serían las alianzas que se podrían conseguir con organismos nacionales e internacionales.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Según el presidente de AHOTEL, cree que el Buró de Loja debería replicar a otros ya existentes en el país y fuera de él, ya que estos son la mejor referencia para manejar este tipo de organismos, que el ejemplo más claro es el Buró de Quito que sus actividades y sus instalaciones son independientes.

## **ENTREVISTA Nº7**

**Entrevista realizada a la ing. Karina Chamba (Coordinadora Unidad de Eventos de la UTPL)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según la ing. Karina Chamba, piensa que un turismo de Eventos se ha ido desarrollando en la ciudad, pero que aún falta por trabajar más.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según la coordinadora de la Unidad de Eventos de la UTPL, en la ciudad se desarrolla más eventos de tipo académico, ya que estos son generados por la Universidad, que otro tipo de eventos existentes en la ciudad son los de catering, que han sido manejados de forma empírica.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Para Karina Chamba la infraestructura es la suficiente para acoger a los turistas de negocios, sin embargo la calidad del servicio que ofrecen dichos establecimientos es lo que se debería mejorar.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Para la coordinadora de la Unidad de Eventos de la UTPL, esta alianza depende si existen acuerdos entre los actores del turismo de la ciudad y que si aquello se da, se puede llegar a un desarrollo de este segmento.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Según la coordinadora de la Unidad de Congresos y Eventos de la UTPL, la creación del Buró de convenciones es factible siempre y cuando se haya realizado un estudio de factibilidad para la ciudad de Loja, el cual arroje los resultados esperados para la creación de un Buró de Congresos en la ciudad.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**



Para la ing. Karina Chamba, la cantidad de las aportaciones al Buró de Congresos dependería de los beneficios que cada empresa fuera a obtener, que en sus expectativas para este organismo sería que pueda contar con convenios para capacitaciones y otros servicios.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

La ing. Karina Chamba como sugerencias en cuanto a los beneficios del Buró, piensa que se deberían ofertar también beneficios en áreas académicas, capacitaciones, descuentos en viajes en hospedaje, aerolíneas y demás convenios con establecimientos turísticos.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según Karina Chamba piensa que otra manera de promocionar el Buró de Congresos y Eventos de Loja, es por medio de una asociación o alianza con el Buró de Convenciones de Quito, y por ende llegando a acuerdos y convenios con este organismo que es el más importante del país.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

La coordinadora de la Unidad de Congresos y Eventos opina que la ubicación del Buró de Congresos debe ser independiente de los organismos públicos debido a los roces que existen entre las empresas públicas y privadas, postulando la infraestructura de la Universidad como una buena opción, siendo la universidad solamente socio, mas no lucrando del organismo.

## ENTREVISTA Nº8

**Entrevista realizada a Sr. Gustavo Carrión (Presidente de la Cámara de turismo de Loja CAPTUR)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según el Presidente de la Cámara de Turismo; el Sr. Gustavo Carrión, dentro de la ciudad se desarrolla mayormente el turismo cultural, gastronómico, religioso, aunque reconoce que la planificación se ha despreocupado de cierta manera pero que se está trabajando por una

reactivación mediante una planificación adecuada por parte de las autoridades del turismo en la ciudad.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Según el sr. Gustavo Carrión, cree que la mayor parte de eventos en la ciudad han sido de tipo académico y cultural, que por medio del Consejo Cantonal se está trabajando para conseguir reactivar este tipo de eventos, al igual que se puede trabajar para promocionar las ferias que se están dando hoy en la ciudad.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

La infraestructura turística con la que cuenta la ciudad, según el Sr. Gustavo Carrión, es la adecuada para acoger eventos importantes, pero en el caso de tener la oportunidad de mejorarla se debería hacerlo, siempre y cuando haya la unión de todos los actores del turismo mediante un proyecto de autogestión.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

El Sr. Gustavo Carrión manifiesta que una alianza sería una gran oportunidad para el progreso del turismo de la ciudad, puesto que todos los actores del turismo debemos conocernos y saber que somos prestadores de servicios trabajando conjuntamente por un sólo objetivo que es el de impulsar el turismo en Loja.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Para el Sr. Gustavo Carrión la creación de un Buró de Congresos sería una magnífica oportunidad y estaría dispuesto a colaborar a lo que fuera necesario para la creación de dicho Buró.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Por parte de la Cámara de Turismo el Sr, Gustavo Carrión como presidente de la misma, manifiesta que estarían muy deseosos y prestos a colaborar con el organismo, pero que las aportaciones estarían de acuerdo a la evolución y a la producción del Buró, aunque inicialmente la cantidad de \$200 le parece correcta.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Como Cámara de turismo el Sr. Gustavo Carrión presenta su acuerdo en participar activamente conjuntamente con su directiva.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Además de la página web para el Sr. Gustavo Carrión cree que sería factible promocionar mediante trípticos, medios de comunicación, radios, boletines gracias a que la ciudad es pequeña y tienen una fácil comunicación pero siempre y cuando el trabajo se realice en equipo.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

En cuanto a la ubicación, el Sr. Gustavo Carrión el lugar más apropiado sería una institución que tenga un espacio cómodo y que no genere egresos, él nos sugiere que la Universidad sería un buen sitio, aunque el Municipio podría también ser un aporte en cuanto a infraestructura.

## ENTREVISTA Nº9

**Entrevista realizada a la ing. María Auxiliadora Hurtado (gerente TAME)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según la gerente de TAME, cree que la mayor captación de turismo que se realiza en Loja es de salud, y luego de este el turismo de Congresos que efectúa La UTPL que tiene un gran flujo en nuestra ciudad.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Para la ing. María Auxiliadora los eventos que más se generan en Loja son académicos reitera la gran importancia del flujo de turistas cuando se dan este tipo de eventos, por ello incentiva a que se impulse este tipo de eventos.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Para la gerente de TAME, cree que la infraestructura de Loja, es la adecuada para la cantidad existe de turismo, piensa que si se impulsa más el turismo de eventos, debería incrementarse esta infraestructura ya que la existente tiene muchas limitaciones.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Según la ing. María Auxiliadora estas alianzas se pueden dar ya que si se llega a acuerdos se podría realizar paquetes entre todas las empresas y poder vender, y así comenzar a incrementar el turismo, por ejemplo una estrategia de bajar las tarifas en temporadas bajas porque este es un incentivo para visitar la ciudad.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Según la gerente de TAME, cree que la conformación del Buró es muy buena ya que su fin es de difundir o promocionar los servicios de las empresas, y que según los propósitos de este organismo se podría enmarcar los intereses de cada participante.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Para la ing. María Auxiliadora las aportaciones dependerían de la orientación de la empresas participantes, es decir las empresas cuyos objetivos están enfocados propiamente en el impulso

del turismo serían quienes deberían ser los aportadores principales, aunque la empresa Tame, por el hecho de ser una empresa pública dependería de los estatutos del organismo.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Según la ing. María Auxiliadora estos beneficios son interesantes y beneficiosos para las empresas, ya que todas las que conformarían este organismo tendrían una gran presencia en medios importantes del país.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Según la gerente de TAME, piensa que los medios más efectivos para la promoción de este segmento son las redes sociales, ya que estos son los de mayor uso hoy en día, al igual en medios de uso masivo en primera instancia hasta que se pueda conocer este organismo y sus servicios.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Para la ing. María Auxiliadora, cree que el lugar más conveniente para el funcionamiento de este organismo es independiente, ya que así no existirá intereses personales de parte de cualquier organismo, al igual por cuestión de ordenamientos de cada organismo tendrán que verificar su participación.

## **ENTREVISTA Nº10**

### **Entrevista realizada al Sr. Manuel Bustamante (Asesor Plan Binacional)**

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Según el Sr. Manuel Bustamante manifiesta que ellos como plan binacional desarrollan un turismo más cultural, ya que estos son manejados entre Ecuador y Perú como por ejemplo el CAPAC ÑAN, pero que ve con muy buenos ojos que Loja está desarrollando un turismo de eventos

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Para el Asesor del Plan Binacional, piensa que el aporte de la Universidad Técnica de Loja en la creación de eventos es muy importante para Loja, ya que la ciudad tiene el suficiente potencial, pero que lamentablemente no se lo está aprovechando.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Según el asesor de plan Binacional manifiesta que la capacidad de la ciudad con la que cuenta Loja es suficiente, especialmente refiriéndose a la infraestructura de los establecimientos receptores de eventos importantes, como centros de convenciones, etc.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Para el Sr. Asesor del Plan Binacional la conformación de alianzas es posible mediante la asociación público privada entre las empresas que ofertan los tipos de servicios turísticos y las universidades que son las encargadas del desarrollo del conocimiento y el estado que es quien maneja las promociones del turismo.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Según el Sr. Manuel Bustamante opina que esta conformación es garantía de éxito para este turismo, ya que se debe trabajar con los municipios para recibir apoyo además de esto que el Buró sea asunto de todas las autoridades de la ciudad en general.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones anuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

El Sr, Asesor del Plan Binacional opina que es necesario considerar los organismo que ya están conformados en la ciudad, como la Cámara de Turismo quienes cuentan ya con una directiva y

sus respectivos socios quienes aportan económicamente de manera mensual y quienes tienen ya sus membrecías establecidas que serían de gran ayuda para la conformación del buró, y estas aportaciones podrían ser de 200 dólares.

- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Para el Sr. Manuel Bustamante cree que es buena idea la conformación de este Buró, con la conformación de un comité que garantice y maneje las gestiones para que estos beneficios cumplan sus metas, porque estos beneficios son importantes para la promoción de la comunidad y de los miembros de este organismo.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Para el Sr. Asesor del Plan Binacional, piensa que se puede manejar mediante una red que promueva y articule el enfoque turístico de la ciudad, así como también se podrían manejar redes entre las universidades que puedan enganchar y difundir los servicios de la ciudad para el turismo de negocios.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Para el Sr. Manuel Bustamante este organismo debería conformarse de manera independiente, y así evitar intereses particulares de cualquier sector, estos organismos tanto públicos como privados, pueden participar como socios, para promover las actividades del Buró.

## ENTREVISTA Nº11

### Entrevista realizada a Mgs. María Augusta León (Coordinadora Zonal 7 MINTUR)

- **¿Qué tipo de turismo piensa usted que se está desarrollando en la ciudad y provincia de Loja, Congresos y Eventos, salud, religioso, aventura, naturaleza, arqueológico?**

Para la coordinadora de MINTUR, en Loja se desarrolla mayormente, el turismo religioso y en menor afluencia al anterior el de congresos y Eventos, que para este segmento IRSE, no se está preparando en la ciudad.

- **¿Usted conoce que tipos de eventos se generan en Loja, académico, religioso, cultural, deportivo?**

Para la Mgs. María Augusta León, los tipos de eventos que se han generado más en la ciudad son los académicos, por la captación que ha realizado la Universidad Técnica.

- **Según el catastro turístico 2012, Loja cuenta con 2 hoteles de lujo, 9 de primera y 3 de segunda con un total de 89 plazas de hospedaje, con 5 hostales de primera y de 3 de segunda con un total de 294 plazas de hospedaje, unos 3 centros de convenciones 1 centro cultural y 10 salones de reuniones, 44 empresas de esparcimiento, 256 establecimientos de alimentos y bebidas. ¿Piensa usted que son suficientes para que la ciudad sea sede de medianos y grandes eventos? En caso de ser negativa su respuesta ¿qué piensa usted que faltaría?**

Según la Mgs. María Augusta León piensa que la infraestructura de la ciudad y su planta turística son suficientes únicamente para Congresos y eventos de pequeña y mediana magnitud, puesto que el mercado del turismo de negocios requiere establecimientos turísticos de lujo y primera, y la ciudad no cuenta con los suficientes para eventos de gran magnitud.

- **¿Está usted de acuerdo en que exista una alianza entre los principales actores de la industria turística para consolidar, en conjunto, el posicionamiento del segmento de reuniones a nivel regional, nacional? es decir, en el caso de Loja sería un pacto, un acuerdo o una convención entre empresas lojanas.**

Para la coordinadora de MINTUR, esta alianza es un eje fundamental para la conformación de un Buró, y que se necesita un plan estratégico para posicionar este segmento, esto es muy complejo porque a la industria turística de Loja le falta llegar a la capacidad de otras ciudades que han logrado desarrollarse en este segmento.

- **¿Cree que es posible integrar la oferta turística a través de la conformación de un comité permanente llamado Buró de Convenciones que se encargue de los eventos existentes en Loja los cuales se promocionarían mediante una página web donde se pueda difundir los servicios que ofrece Loja y así presentar a la ciudad como destino de reuniones, congresos y convenciones?**

Para la coordinadora de MINTUR, cree que la conformación de un Buró depende de un consenso voluntario de todos los sectores y solo así se podrá llegar a fomentar este sector, ya que en otras ciudades como Guayaquil no se ha llegado a formar este organismo por la falta de acuerdos.

- **El Buró de convenciones trabaja en conjunto con todos los actores del turismo de una ciudad, este se maneja por medio de aportaciones mensuales y membresías por parte de los socios o miembros del mismo. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte del Buró de Convenciones aportando de 100 a 200 o de 200 a 300 dólares anuales?**

Para la Mgs. María Augusta las aportaciones que se realicen en el Buró son voluntarias dependiendo de la institución y su categoría.



- **Si estaría de acuerdo, ¿le parecerían algunos de los beneficios de pertenecer a este Buró la presencia en material de promoción turística que maneja el Buró, la promoción de su empresa en la página Web y cualquier otro material que se produjera, auspicios y difusión de sus servicios en encuentros y ferias de significativo interés en la ciudad, canalización de sus servicios por medio de publicidad y en la organización de sus eventos así como capacitaciones y convenios para su empresa.**

Para la coordinadora de MINTUR, el turismo de eventos en Loja necesita de estos beneficios y sobre todo capacitaciones para todos los sectores involucrados en el turismo en nuestra ciudad, ya que así se podrá ser competitivos.

- **Además de la promoción del turismo de eventos y convenciones en Loja mediante la página web ¿de qué otras maneras piensa usted que se podría realizar la promoción de la ciudad para una mayor captación de congresos y eventos?**

Para la Mgs. María Augusta la promoción de este tipo de segmento es a través de una página web oficial del Buró, y por medio de acuerdos y afiliaciones con otro organismo similar como el Buró de Quito quien es socios de ICCA y otros organismos quien generan eventos.

- **En cuanto a la ubicación del Buró de Convenciones ¿cuál cree usted que sería el lugar o sector más conveniente para su funcionamiento? Adjunto a algún organismo de turismo público, privado o debería ser independiente.**

Para la Mgs. María Augusta, cree que si se formará este Buró de Congresos debería ser fijándose en el ya existe como es el Buró de Quito, que es independiente al igual que todas sus funciones.

#### 4. Imágenes de entrevista



**Imagen 1.** Sr. Gustavo Carrión Conde (**Presidente Cámara Provincial de turismo en Loja CAPTUR**)



**Imagen 2.** Licda. Jacqueline Samaniego (**Presidenta asociación de agencias de viajes Loja ASECU**)



**Imagen 3. Ing. Paola Ruiz (Directora de ITUR Municipio)**



**Imagen 4. Lic. Hernán Fierro (Presidente Asociación de transporte Turístico de Loja)**

**Imagen 5.** Sr. Manuel Bustamante (Asesor Plan Binacional)



**Imagen 6.** Sr. Lino Jiménez. (Presidente de Organización de Restaurantes de Loja ORL)